

**ANALISIS PENERAPAN APLIKASI BERBASIS *MOBILE*  
PADA NOM-NOM CAFE MALANG MENGGUNAKAN  
*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

**SKRIPSI**

Disusun oleh:  
Nanda Dwi Raharjo  
NIM: 135150400111061



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
JURUSAN SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2018**

## PENGESAHAN

### ANALISIS PENERAPAN APLIKASI BERBASIS *MOBILE* PADA NOM-NOM CAFE MALANG MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

#### SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:  
Nanda Dwi Raharjo  
NIM : 135150400111061

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada  
17 Januari 2018


Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



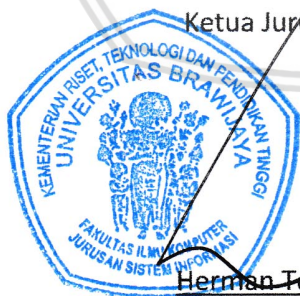
Aryo Pinandito, S.T, M.MT  
NIP: 198305192014041001

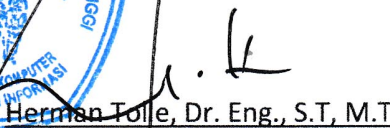


Djoko Pramono, S.T., M.Kom.  
NIP: 197801082005011002

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi



  
Herman Tolle, Dr. Eng., S.T, M.T

NIP. 19740823 200012 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 17 Januari 2018



Nanda Dwi Raharjo

NIM: 135150400111061

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga dapat terselesaikannya Laporan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Maksud dari penyusunan Laporan Skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi mata kuliah Skripsi yang kemudian diajukan kepada Universitas Brawijaya Malang untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program sarjana komputer (S1) Sistem Informasi. Keberhasilan penyusunan Skripsi ini mulai dari tahap studi kasus, pengumpulan data, pengerjaan aplikasi, hingga penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu tidak lupa ucapan terima kasih ditujukan kepada:

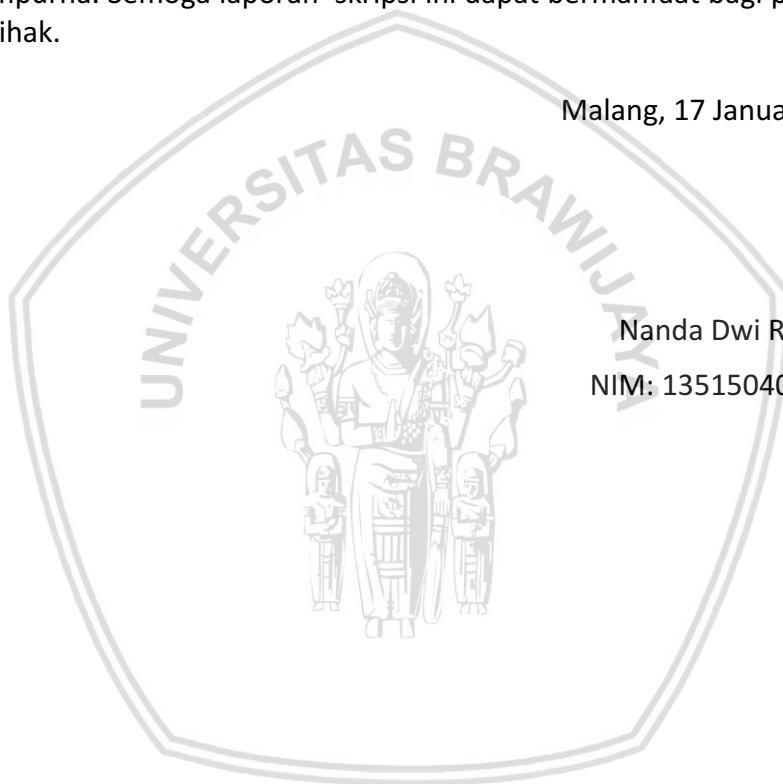
1. Ibu Mingsri dan Bapak Didik Sugiarto B Raharjo selaku orang tua penulis yang selalu memberikan motivasi, dukungan moral maupun materi, serta doa untuk penulis.
2. Bapak Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si, M.T., Ph.D, Bapak Ir. Heru Nurwasito, M.Kom, Bapak Drs.Marji, M.T, dan Bapak Edy Santoso, S.Si., M.Kom selaku Dekan sekaligus Penasihat Akademik, Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, dan Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya
3. Bapak Herman Tolle, Dr.Eng., S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya Malang.
4. Bapak Suprpto, S.T, M.T selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya Malang.
5. Bapak Aryo Pinandito, S.T, M.MT dan Bapak Djoko Pramono, S.T., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan pengarahan, saran, waktu dan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komputer khususnya Program Studi Sistem Informasi yang telah memeberikan ilmu kepada penulis selama menempuh masa studi.
7. Leny Rosiana yang telah memberikan dukungan dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman kontrakan Nanang, Yain, Faisal, Tista, Izet yang selalu hadir di kontrakan.
9. Teman-teman Ayam Arip Dhanu, Clara, Winda, Rai, Via, Amirah, El yang sudah banyak membantu baik didalam maupun diluar perkuliahan.
10. Teman-teman CMS Angga, Yuda, Farhan yang telah menemani Dota baik siang maupun malam.
11. Teman Kintring Anwar yang rela berbagi hasil projek dengan penulis.

12. Teman-teman Kos Pelangi Zainul, Wepe, Lia yang menjadi tempat saling bertukar pikiran.
13. Teman-teman kontrakan E 305 Mbak Torus, Mbak Pe, Tutik, Lol, Mbak lia, Tiwik yang senantiasa memberikan dukungan dan hiburan seadanya.
14. Teman-teman keluarga FILKOM yang berjuang bersama untuk meraih gelar S.Kom.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan dari penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan dengan adanya perbaikan kearah yang lebih sempurna. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Malang, 17 Januari 2018

Nanda Dwi Raharjo  
NIM: 135150400111061



## ABSTRAK

Penjualan merupakan suatu komponen yang cukup penting dalam proses bisnis. Dengan menentukan strategi dalam penjualan dan promosi terhadap barang yang di jual, hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap profit yang didapatkan oleh perusahaan. Nom-Nom cafe adalah salah satu café yang bergerak dibidang penjualan makanan dan minuman yang berdiri sejak tahun 2016 yang lalu yang ada di kota Malang. Ada cukup banyak hal yang mungkin dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan penjualan dari Nom-Nom, diantaranya adalah dengan menggunakan aplikasi mobile berbasis android yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan produk dari Nom-Nom café.

Pada penelitian ini, dilakukan pengujian dengan metode analisis regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat berperilaku pengguna dalam bertransaksi pada aplikasi Nom-Nom cafe. Dibutuhkan suatu metode untuk melihat penerimaan aplikasi ini. TAM merupakan suatu model yang digunakan untuk melakukan analisis dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi komputer. Kemudian untuk melakukan melihat apakah aplikasi dapat meningkatkan penjualan atau tidak, dapat dilakukan analisis hasil penjualan dari sebelum dan sesudah aplikasi diterapkan. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan dari hasil pengujian dan hanya satu hipotesis yang ditolak, serta hasil analisis penjualan yang menunjukkan bahwa aplikasi Nom-Nom meningkatkan penjualan produk Nom-Nom café.

Kata kunci: aplikasi mobile, regresi linier berganda, TAM, Nom-Nom café, peningkatan penjualan



## ABSTRACT

*Sales is an important component of business processes. By determining the strategy in the sale and promotion of goods sold, this will certainly impact on profits earned by the company. Nom-Nom cafe is one of the cafes engaged in the sale of food and beverages that stood since the year 2016 ago in the city of Malang. There are enough things that might be done to increase sales from Nom-Nom, by using android-based mobile applications that are expected to increase the number of product sales from Nom-Nom café.*

*In this research, tested by multiple linear regression analysis method to determine the factors that influence the intention to user behavior in the transaction of Nom-Nom cafe Application. It needs a method to see the acceptance of this app. TAM is a model used to analyze and understand the factors that affect the acceptance of a computer technology. Then to see if the application can increase sales or not, it can be done by analyze the sales results from before and after the application is applied. The results of this research show that only one rejected hypothesis from the test results and the results of sales analysis shows that the Nom-Nom application increase the sales of Nom-Nom café product.*

*Keywords: mobile application, multiple linear regression, TAM, Nom-Nom café, increase sales*

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	3
1.3 Tujuan .....	3
1.4 Manfaat .....	3
1.5 Batasan masalah .....	4
1.6 Sistematika pembahasan .....	4
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN .....	5
2.1 Kajian Pustaka .....	5
2.2 Nom-Nom Cafe Malang.....	5
2.3 <i>Mobile Application</i> .....	6
2.4 Aplikasi <i>Mobile</i> Nom-Nom .....	7
2.5 Technology Acceptance Model (TAM) .....	10
2.6 Pre-testing.....	14
2.6.1 Pre-testing Aplikasi.....	14
2.6.2 Pre-testing Kuesioner .....	15
2.7 Populasi dan Sampel .....	15
2.7.1 Populasi Penelitian .....	15
2.7.2 Sampel Penelitian .....	15
2.8 Skala Pengukuran .....	16
2.9 <i>Pilot Study</i> .....	16
2.9.1 Uji Validitas.....	16



2.9.2 Uji Reliabilitas Instrumen .....	17
2.10 <i>Screening Data</i> .....	18
2.10.1 Uji <i>Missing Data</i> .....	18
2.10.2 Uji <i>Outlier Data</i> .....	19
2.11 Teknik Analisis Data .....	19
2.11.1 Uji Kecukupan Data .....	19
2.11.2 Uji Asumsi Klasik.....	19
2.11.3 Uji Hipotesis.....	20
2.11.4 Uji Determinasi Koefisien .....	22
BAB 3 METODOLOGI .....	23
3.1 Observasi lapangan .....	23
3.1.1 Wilayah Penelitian.....	23
3.2 Perumusan Masalah.....	23
3.3 Studi Literatur .....	24
3.4 Pengembangan Sistem.....	24
3.5 Penyusunan Kuisisioner.....	24
3.6 <i>Pilot Study</i> .....	25
3.7 Pengumpulan Data.....	25
3.7.1 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.7.2 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.7.3 Populasi dan <i>Sample</i> .....	26
3.8 Uji Data.....	26
3.8.1 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	26
3.8.2 <i>Screening Data</i> .....	27
3.8.3 Uji Kecukupan Data .....	27
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.8.5 Analisis Regresi Linier .....	27
3.9 Analisis Hasil Penjualan .....	28
3.10 Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	28
BAB 4 Analisis Data.....	29
4.1 Model Penelitian .....	29
4.2 Perumusan Hipotesis .....	30

4.3 <i>Pilot Study</i> .....	31
4.3.1 Uji Reliabilitas .....	31
4.3.2 Uji Validitas.....	32
4.4 Karakteristik Data Responden.....	33
4.5 <i>Screening Data</i> .....	34
4.5.1 Uji <i>Missing Values</i> .....	34
4.5.2 Uji <i>Outlier Data</i> .....	34
4.6 Uji Data.....	35
4.6.1 Uji Kecukupan Data .....	35
4.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
4.6.3 Analisis Regresi Linier .....	42
4.7 Pengujian Hipotesis.....	51
BAB 5 PEMBAHASAN .....	53
5.1 Hasil Penelitian.....	53
5.2 Pembahasan Hipotesis.....	53
5.3 Hasil Penjualan Produk .....	57
BAB 6 Penutup .....	59
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN .....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ragam Nilai .....	16
Tabel 2.2 Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas .....	18
Tabel 4.1 Tabel Variabel .....	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas.....	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4.4 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Rentang Umur .....	33
Tabel 4.5 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.6 Data Outlier .....	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Kecukupan Data.....	35
Tabel 4.8 Kriteria nilai KMO.....	35
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	36
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen PEOU.....	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen PU .....	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen ATB.....	37
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen BI.....	38
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen ASU .....	38
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear EV terhadap PEOU .....	42
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear BI terhadap ASU .....	42
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear EV & PEOU terhadap PU .....	43
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear PU & PEOU terhadap ATB.....	44
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear PU & ATB terhadap BI.....	44
Tabel 4.20 Hasil Uji T EV terhadap PEOU .....	45
Tabel 4.21 Hasil Uji T EV & PEOU terhadap PU .....	46
Tabel 4.22 Hasil Uji T PU & PEOU terhadap ATB .....	46
Tabel 4.23 Hasil Uji T PU & ATB terhadap BI .....	47
Tabel 4.24 Hasil Uji T BI terhadap ASU .....	47
Tabel 4.25 Hasil Uji F EV & PEOU terhadap PU .....	48
Tabel 4.26 Hasil Uji F PU & PEOU terhadap ATB .....	49
Tabel 4.27 Hasil Uji F PU & ATB terhadap BI .....	49
Tabel 4.28 Hasil Uji Determinasi Koefisien.....	50
Tabel 4.29 Hasil Pengujian Hipotesis.....	51



Tabel 5.1 Hasil Penjualan .....	57
---------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Halaman <i>home</i> dan pemesanan makanan .....	8
Gambar 2.2 Halaman pemesanan minuman dan konfirmasi pemesanan .....	9
Gambar 2.3 Halaman menu dan lokasi aplikasi .....	9
Gambar 2.4 Faktor Analysis dari Pertanyaan TAM.....	11
Gambar 2.5 Faktor Analysis dari Item TAM.....	12
Gambar 2.6 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	13
Gambar 2.7 Modifikasi Model TAM .....	13
Gambar 3.1 Alur Penelitian .....	23
Gambar 3.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	26
Gambar 4.1 Model Penelitian .....	29
Gambar 4.2 Hasil Uji Outlier 2.....	35
Gambar 4.3 Scatter Plot Variabel Dependen <i>Perceived Ease of Use</i> .....	39
Gambar 4.4 Scatter Plot Variabel Dependen Perceived Usefulness .....	40
Gambar 4.5 Scatter Plot Variabel Dependen Attitude Toward Using .....	40
Gambar 4.6 Scatter Plot Variabel Dependen <i>Behavioral intention to use</i> .....	41
Gambar 4.7 Scatter Plot Variabel Dependen Actual System Usage .....	41
Gambar 5.1 Hasil Penelitian .....	53
Gambar 5.2 <i>Chart Trend</i> Penjualan .....	58

# DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A ANGKET PENELITIAN ..... 63

LAMPIRAN B SURAT KETERANGAN ..... 68

LAMPIRAN C REKAP HASIL KUISONER ..... 69

LAMPIRAN D OUTPUT SPSS UJI RELIABILITAS ..... 72

LAMPIRAN E OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS ..... 73

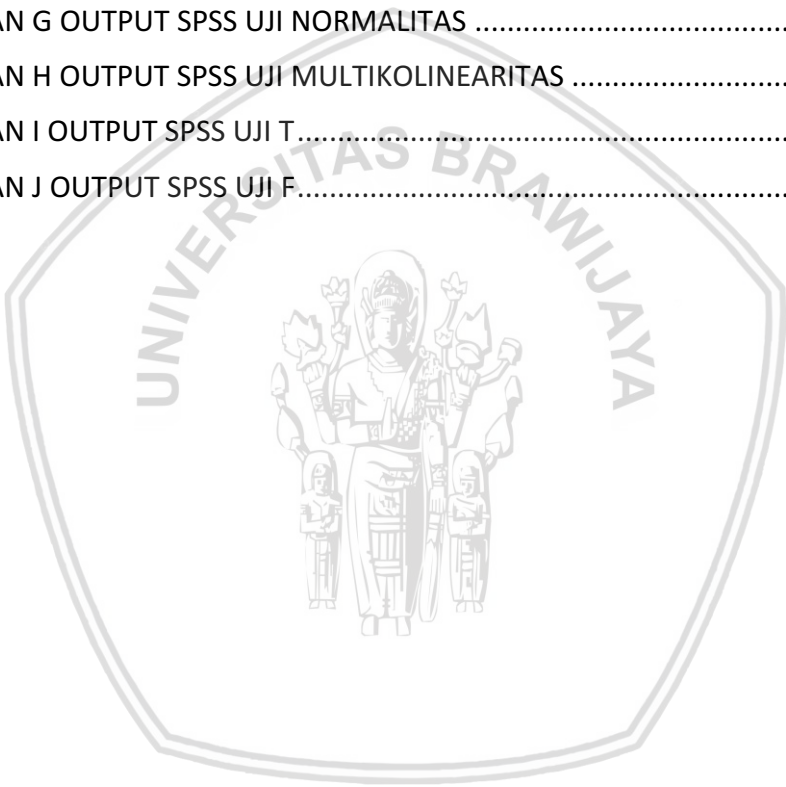
LAMPIRAN F OUTPUT SPSS UJI KECUKUPAN DATA ..... 76

LAMPIRAN G OUTPUT SPSS UJI NORMALITAS ..... 77

LAMPIRAN H OUTPUT SPSS UJI MULTIKOLINEARITAS ..... 78

LAMPIRAN I OUTPUT SPSS UJI T ..... 80

LAMPIRAN J OUTPUT SPSS UJI F ..... 82





## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Jumlah penjualan merupakan suatu komponen yang cukup penting dalam suatu proses bisnis khususnya untuk perusahaan yang bergerak di bidang penjualan suatu produk. Menurut Indrawati dan Suhendro (2006), total penjualan dari suatu perusahaan merupakan hal yang mempengaruhi pertumbuhan suatu perusahaan. Dengan demikian total penjualan atau pendapatan dari suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan itu sendiri.

Menurut Devie (2003), pertumbuhan perusahaan dapat membawa dampak terhadap keputusan keuangan dan mempengaruhi di bidang investasi dan keputusan pembiayaan. Jika dilihat secara keuangan, tingkat pertumbuhan perusahaan dapat ditentukan dengan berdasarkan pada kemampuan keuangan perusahaan. Sehingga jumlah dari suatu penjualan akan berpengaruh terhadap pertumbuhan dan daya saing perusahaan. Menurut Deitana (2011), pertumbuhan penjualan juga merupakan suatu indikator dari permintaan dan daya saing suatu perusahaan terhadap perusahaan lain dalam suatu industri.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi volume atau jumlah penjualan diantaranya adalah harga jual, produk (barang atau jasa) yang di tawarkan, promosi yang di rancang, saluran distribusi, dan mutu (Kotler 2000 disitasi dalam Putra 2016). Peningkatan dalam faktor yang mempengaruhi volume penjualan diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan pendapatan dari suatu perusahaan. Menurut Swasta dan Irawan (1990), ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, diantaranya adalah: kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan dan faktor lain. Faktor-faktor lain yang dimaksud, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

*Website* resmi Kominfo menyebutkan bahwa pada tahun 2014 pengguna aktif smartphone di Indonesia mencapai 14% dari total penduduk Indonesia dan diperkirakan tahun 2018 akan mencapai 100 juta lebih pengguna. Dengan jumlah pengguna yang cukup banyak hal ini menjadi peluang tersendiri yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Pada tingkat dasar, komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan (Setiadi 2003 disitasi dalam Siswanto 2013). Sedangkan menurut Morrisani (2007), komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan yang dapat menghasilkan citra atau *image* yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Menurut Tahtinen (2006), periklanan melalui aplikasi *mobile* telah

dapat meningkatkan minat, hal ini dikarenakan teknologi mobile yang telah maju dan perusahaan di dunia tidak hanya menggunakan pesan teks tetapi pesan multimedia dalam periklanan *mobile* mereka. Dengan melihat data ini *smartphone* dapat digunakan sebagai media promosi atau sebagai media komunikasi dengan pelanggan atau *customer* dari suatu perusahaan.

Nom-Nom cafe adalah salah satu cafe yang bergerak dibidang penjualan makanan dan minuman yang berdiri sejak tahun 2016 yang ada di kota Malang. Nom-Nom merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku usaha makanan yang berpusat dikota Malang. Nom-Nom memiliki salah satu produk unggulan yaitu terang bulan. Ada cukup banyak produk makanan yang dijual Nom-Nom diantaranya adalah terang bulan dan juga tongkol rica-rica. Setiap hari Nom-Nom selalu memproduksi adonan terang bulan, hal ini dilakukan untuk tetap menjaga kualitas dari produk yang mereka jual. Untuk meningkatkan pelayanan dan juga usaha untuk meningkatkan jumlah penjualan setiap harinya, Nom-Nom memanfaatkan beberapa media untuk promosi dan peningkatan pelayanan, diantaranya adalah sosial media, pelayanan personal melalui *chatting* dalam hal ini menggunakan aplikasi *whatsapp* dan juga menyediakan pelayanan *delivery order* melalui bantuan aplikasi Gojek. Hal ini tentunya juga mengalami beberapa permasalahan diantaranya adalah masalah efektivitas dan efisiensi. Dalam efisiensi hal ini ketika pelanggan ingin melakukan pemesanan dan melihat daftar menu melalui pelayanan personal, pelanggan harus menunggu jawaban dari admin. Kemudian untuk masalah efektivitas, jika pelanggan melakukan pemesanan melalui bantuan aplikasi Gojek, Nom-Nom harus membayar biaya lebih dikarenakan adanya *profit sharing* antara pihak Gojek dengan Nom-Nom. Maka dari itu dibutuhkan suatu alat atau media untuk dapat meningkatkan efektivitas dan juga efisiensi dari Nom-Nom yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan setiap harinya.

Berdasarkan pada permasalahan efisiensi yang dihadapi Nom-Nom hal ini tentunya dapat ditingkatkan dengan meningkatkan pelayanan dimana pelanggan tidak perlu menunggu jawaban dari admin yang melayani dan pelanggan bisa melakukan hal yang dibutuhkan dengan sendiri, misalnya dengan *self-service*. Secara umum *self-service* dapat didefinisikan sebagai suatu teknologi yang dapat membuat pelanggan bisa melakukan transaksi ataupun pelayanannya sendiri seperti pada saat yang dilakukan karyawan secara langsung (Meuter et al 2000 disitasi dalam wicaksono 2015). Sehingga dalam hal ini Nom-Nom memiliki suatu *planning* atau rencana untuk membuat suatu aplikasi berbasis Android yang bisa membantu pelanggan untuk dapat melakukan pemesanan secara langsung yang dapat dengan mudah diterima oleh pelanggan itu sendiri.

Untuk dapat melihat bagaimana perilaku pengguna terhadap suatu aplikasi yang diterapkan dapat digunakan terdapat beberapa metode yang bisa dilakukan diantaranya adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Oktri Firdaus Muhammad yang berjudul "Efektivitas

penggunaan *smartphone* dalam mendukung kegiatan bisnis pengusaha muda di kota Bandung menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*" dimana dalam hasil penelitiannya ini menyebutkan bahwa pengusaha muda di kota Bandung sudah merasakan betul manfaat dari *smartphone* dalam mendukung aktivitas bisnisnya, dan hal yang terpenting adalah tampilan dari *smartphone* sangat *user friendly* sehingga memudahkan pengguna dalam penggunaannya. Dengan permasalahan efektivitas yang dialami Nom-Nom ditingkatkan dengan menggunakan aplikasi berbasis *mobile*. Dimana dampak atau penerimaan pelanggan terhadap aplikasi ini bisa diukur dengan metode TAM dengan memanfaatkan parameter yang tersedia, diantaranya adalah *External Variable, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use, Actual System Usage*.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dampak dari penggunaan aplikasi terhadap efektivitas dan efisiensi dari penjualan atau pendapatan Nom-Nom dengan menggunakan aplikasi berbasis *mobile* yang memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan produk dan meningkatkan penjualan Nom-Nom berdasar aplikasi yang diterapkan.

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang sudah dijelaskan, maka untuk lebih mengarahkan pembahasan dalam skripsi ini dapat dirumuskan menjadi beberapa permasalahan yang akan dibahas antara lain:

1. Bagaimana hasil pengujian metode TAM pada aplikasi *mobile* yang sudah diterapkan pada Nom-Nom?
2. Bagaimana pengaruh penerapan aplikasi *mobile* Nom-Nom terhadap penjualan produk pada Nom-Nom cafe?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk melakukan pengujian metode TAM pada aplikasi *mobile* yang sudah diterapkan pada Nom-Nom.
2. Untuk melihat pengaruh penerapan aplikasi *mobile* Nom-Nom terhadap penjualan produk pada Nom-Nom cafe.

## 1.4 Manfaat

1. Menghasilkan penelitian berupa analisis penggunaan aplikasi *mobile*, untuk dapat membantu Nom-Nom melihat perilaku atau pendapat dari pembeli mengenai aplikasi yang dibuat dimana hal ini dapat dikembangkan untuk meningkatkan jumlah profit yang didapatkan.

2. Menghasilkan suatu aplikasi *mobile* yang sesuai dan dibutuhkan oleh pengguna dan dapat meningkatkan kinerja Nom-Nom.
3. Menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang berkaitan pada bidang terkait di kemudian hari.

### 1.5 Batasan masalah

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1. Lokasi objek penelitian adalah Nom-Nom Malang.
2. Sumber data penjualan bersumber dari data transaksi penjualan Nom-Nom Malang

### 1.6 Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. **BAB I Pendahuluan:** Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, dan sistematika penulisan.
2. **BAB II Landasan Kepustakaan:** Pada Bab ini dibahas tentang penelitian terdahulu yang pernah dilakukan lalu melakukan perbandingan penelitian yang sekarang dengan yang terdahulu. Kemudian juga membahas tentang teori apa saja yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini.
3. **BAB III Metodologi:** Bab ini membahas tentang metodologi atau pendekatan yang dipakai untuk melakukan penelitian.
4. **BAB IV Pengumpulan Data:** Bab ini membahas tentang perancangan analisis penggunaan aplikasi *mobile* dengan pendekatan TAM.
5. **BAB V Pembahasan dan Analisis Hasil:** Pada bab ini akan dilakukan penjelasan dan pembahasan mengenai hasil pengumpulan data terhadap permasalahan yang diangkat. Dan dapat dijadikan acuan terhadap riset yang sejenis berikutnya.
6. **BAB VI Penutup:** Bab ini membahas tentang kesimpulan yang diberikan serta saran dari analisis.

## BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini akan dilakukan tinjauan empiris dan tinjauan teoritis. Tinjauan empiris dilakukan dengan menelaah secara singkat terhadap beberapa hasil mengenai penelitian yang sudah pernah ada sebelumnya. Tinjauan empiris dilakukan dengan maksud untuk memberikan gambaran yang dapat memperjelas penelitian ini. Selain itu, tinjauan empiris juga berguna untuk mendapatkan gambaran variabel-variabel dalam model TAM. Sedangkan tinjauan teoritis dilakukan dengan mengkaji teori-teori atau konsep-konsep dasar dari sumber-sumber tertentu, misalnya buku-buku yang dijadikan acuan yang berkaitan langsung dengan bidang ilmu dari penelitian yang dilakukan. Hasil dari kajian tersebut digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada pada penelitian dan untuk merumuskan hipotesis. Selanjutnya akan dijelaskan teori-teori yang berkaitan langsung dengan judul penelitian pada bagian landasan teori

### 2.1 Kajian Pustaka

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Oktri Mohammad Firdaus dengan judul “Efektivitas Penggunaan Smart Phone Dalam Mendukung Kegiatan Bisnis Pengusaha Muda di Kota Bandung Menggunakan *Technology Acceptance Model*”, dimana dalam penelitiannya ini Oktri Mohammad Firdaus ingin melihat bagaimana reaksi dan efektivitas dari penggunaan *smartphone* untuk mendukung kegiatan bisnis para pengusaha muda yang ada di kota Bandung. Metode yang digunakan adalah TAM untuk melihat penerimaan suatu teknologi pada pengguna teknologi itu sendiri. Dimana hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar pengusaha muda di kota Bandung sudah merasakan manfaat *smartphone* untuk mendukung kegiatan bisnis mereka, dan hal yang terpenting menurutnya adalah *smartphone* memiliki desain yang sangat *user friendly* sehingga dapat memudahkan para penggunanya.

Berdasar dari penelitian yang dilakukan oleh Oktri Mohammad Firdaus, dalam penelitian ini dilakukan penerapan aplikasi berbasis *mobile* yang kemudian dilakukan analisis bagaimana reaksi pengguna terhadap aplikasi yang diterapkan. Model yang digunakan adalah TAM dimana kemudian untuk melihat bagaimana dampak penggunaan aplikasi terhadap penjualan yang dilihat dari total penjualan sebelum dan sesudah aplikasi diterapkan.

### 2.2 Nom-Nom Cafe Malang

Nom-Nom cafe Malang merupakan salah satu cafe diantara banyak cafe yang berdiri di kota Malang. Nom-Nom berlokasi di jalan pekalongan no. 1, Malang. Nom-Nom cafe pertama kali beroperasi pada tahun 2016, dengan menyediakan cukup banyak pilihan menu makanan dan juga minuman. Nom-Nom cafe memiliki beberapa menu unggulan diantaranya adalah terang bulan dan juga tongkol rica-rica.



Nom-Nom memberikan fasilitas lebih untuk para pelanggannya diantaranya adalah koneksi free wifi dan juga layanan antar pesanan ke pelanggan atau biasa disebut Delivery Service. Nom-Nom memberikan layanan antar pesanan yang dilayani langsung oleh pemilik cafe. Hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan pelayanan dan penjualan setiap harinya. Nom-Nom memberikan biaya ongkos kirim yang cukup terjangkau bagi para pelanggannya sesuai dengan jarak antara cafe dengan tujuan pengiriman.

### 2.3 Mobile Application

Menurut Buyens (2001) aplikasi *mobile* berasal dari kata *Application* dan *mobile*. Yang artinya adalah suatu program atau aplikasi yang sudah dapat digunakan yang digunakan untuk memberikan suatu pelayanan atau fungsi bagi pengguna kemudian *mobile* yang artinya adalah perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain. Aplikasi *mobile* merupakan suatu aplikasi bisa digunakan atau di bawa dari suatu tempat ke tempat lain yang dapat digunakan pengguna dengan tujuan atau manfaat tertentu.

Kata *mobile* mempunyai arti bergerak atau berpindah sehingga aplikasi *mobile* menurut Rangsang Purnama (2010) adalah sebutan untuk aplikasi yang berjalan pada *mobile device*. Dengan menggunakan aplikasi *mobile*, dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, browsing dan lain sebagainya. Maka aplikasi *mobile* dapat diartikan sebagai sebuah program aplikasi yang dijalankan atau digunakan walaupun pengguna berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat yang lain serta mempunyai ukuran yang kecil. Aplikasi *mobile* ini dapat diakses melalui perangkat nirkabel, pager, PDA, telepon seluler, *smartphone*, dan perangkat sejenisnya. Penggunaan aplikasi *mobile* sangat digemari karena kemudahan dalam penggunaannya dan juga bentuk yang cukup variatif dan juga menarik. Disamping itu media aplikasi *mobile* juga dapat digunakan untuk sarana hiburan dan juga bisnis.

Menurut Lee, Schneider & Schell (2004), ada beberapa anggapan yang salah mengenai *Mobile Application* diantaranya adalah:

1. Pengembangan *mobile Application* dianggap lebih mudah  
Banyak orang atau masyarakat beranggapan bahwa pengembangan suatu aplikasi berbasis *mobile* itu mudah padahal sebenarnya pengembangan aplikasi ini cukup sulit.
2. Pengembangan aplikasi untuk *mobile* lebih cepat  
Ada beberapa pendapat yang menyatakan bahwa pengembangan suatu aplikasi *mobile* membutuhkan waktu yang cukup singkat, padahal cepat atau lambatnya pengembangan suatu aplikasi tergantung pada kesulitan dari aplikasi tersebut dan faktor lain dari aplikasi yang sedang dikembangkan.
3. Pengembangan aplikasi *mobile* lebih murah  
Sebenarnya tidak semua aplikasi *mobile* itu murah, hal ini bergantung pada kerumitan dan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi tersebut.



Kemudian ada beberapa alasan dan keuntungan kenapa harus membuat perusahaan menjadi mobilize menurut Lee, Schneider & Schell (2004):

1. Meningkatkan kehidupan manusia.  
Dengan menggunakan solusi *mobile* dapat meningkatkan kualitas seseorang. Misalnya telepon selular yang membantu orang untuk dapat berbicara atau berkomunikasi secara jarak jauh.
2. Meningkatkan fleksibilitas dan aksesibilitas para pekerja.  
Dengan menggunakan solusi *mobile*, para pekerja atau pengguna dapat memperoleh fleksibilitas dari lokasi dan waktu yang berbeda.
3. Meningkatkan keamanan para pekerja.  
Memberikan informasi pada pengguna yang *real time* atau langsung. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk pengguna atau pekerja yang bekerja pada suatu lokasi yang cukup berbahaya.
4. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas pekerjaan.  
Dengan menggunakan solusi *mobile* dapat membantu mengeliminasi redundansi dalam aktivitas memasukkan data. Contohnya seperti seseorang yang mencatat notes dalam rapat, orang tersebut harus kembali mengetik dan memasukkan informasi ke dalam komputernya.
5. Meningkatkan akurasi dan ketepatan data.  
Dengan menggunakan solusi *mobile* diharapkan dapat mengurangi angka kesalahan dalam melaporkan dan mengumpulkan data. Hal ini dikarenakan dengan solusi *mobile*, pekerja atau pengguna dapat menerima dan menyediakan informasi kepada sistem bisnis yang sudah ada.
6. Meningkatkan proses bisnis yang sudah ada.  
Para pekerja yang sudah *mobile* dapat meningkatkan sistem bisnis yang sudah ada. Perusahaan juga dapat meningkatkan dan mengeliminasi redundansi dalam aliran kerja.
7. Meningkatkan kontrol inventori.  
Perusahaan dapat memanfaatkan perangkat *mobile* untuk melakukan pencarian, pencatatan dan monitoring terhadap perlengkapan dan aset yang dimilikinya.
8. Meningkatkan customer *satisfaction*.  
Dengan menggunakan solusi *mobile* diharapkan dapat meningkatkan *customer satisfaction* hal ini juga diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pelayanan yang akan menjadi lebih efisien dan juga responsif.

## 2.4 Aplikasi *Mobile* Nom-Nom

Aplikasi *mobile* Nom-Nom merupakan aplikasi yang dibuat untuk menjadi obyek penelitian ini. Aplikasi *mobile* ini merupakan aplikasi android yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan dari Nom-Nom cafe untuk promosi dan penjualan produk dari Nom-Nom cafe. Berikut merupakan daftar fitur yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile* Nom-Nom:

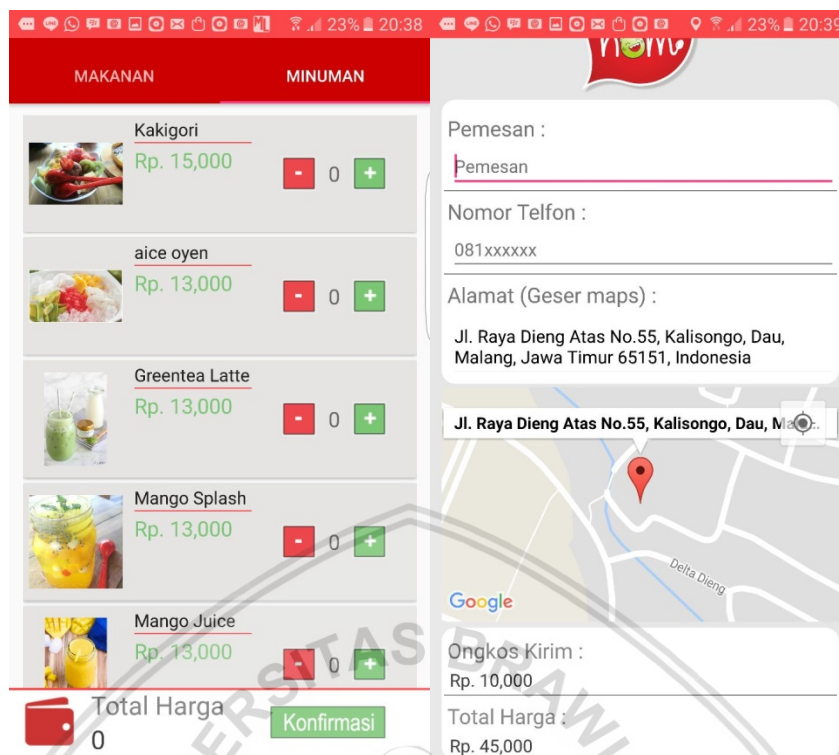
1. Melihat Daftar Menu.
2. Membuat Pemesanan.

3. Menerima notifikasi Pemesanan.
4. Melihat lokasi cafe.
5. Melihat history riwayat pemesanan.

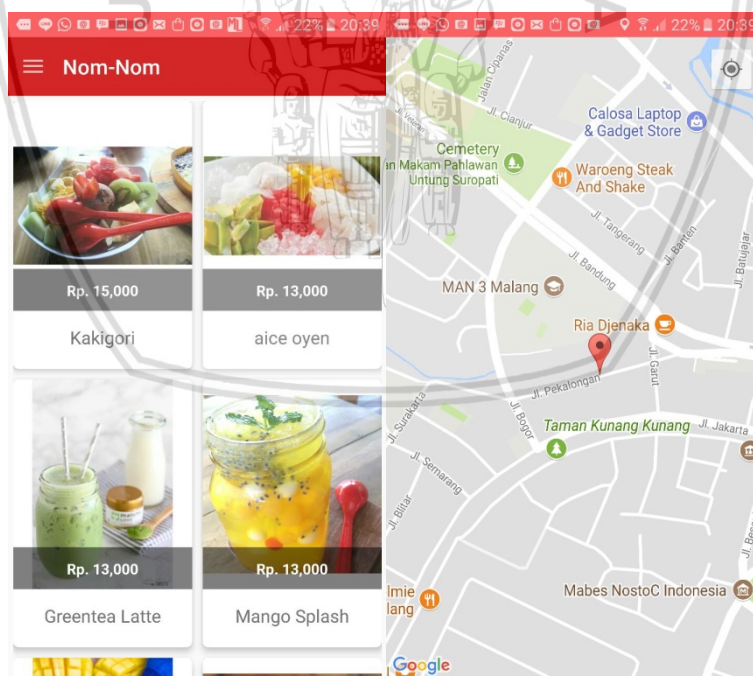
Aplikasi *mobile* Nom-Nom ini sudah dapat diunduh di Play Store Google dan digunakan pada perangkat keras berbasis android. Halaman aplikasi Nom-Nom bisa dilihat dalam Gambar 2.1, Gambar 2.2, dan Gambar 2.3.



Gambar 2.1 Halaman *home* dan pemesanan makanan



Gambar 2.2 Halaman pemesanan minuman dan konfirmasi pemesanan



Gambar 2.3 Halaman menu dan lokasi aplikasi

## 2.5 Technology Acceptance Model (TAM)

Cukup banyak model yang dibangun yang digunakan untuk dapat menganalisis dan memahami faktor yang dapat mempengaruhi diterimanya teknologi komputer, diantaranya seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planner Behavior* (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM).

TAM pertama kali diperkenalkan oleh Fred D Davis pada tahun 1986 yang merupakan adaptasi dari TRA yang digunakan untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Menurut Davis (1989) tujuan dari TAM adalah memberikan suatu dasar yang dapat digunakan untuk melakukan pencarian faktor yang berpengaruh terhadap sikap, kepercayaan dan tujuan pengguna. Dalam TAM menganggap bahwa terdapat 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahannya penggunaan (*perceived easy of use*) merupakan pengaruh utama yang dapat mempengaruhi perilaku pengguna terhadap suatu teknologi berbasis komputer.

TAM merupakan salah satu jenis dari sekian banyak teori yang digunakan untuk mengetahui perilaku seseorang atau pengguna terhadap teknologi yang diimplementasikan. TAM menggunakan teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. TAM menghasilkan suatu dasar yang digunakan untuk mengetahui faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan dari penggunaannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa TAM merupakan salah satu model analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi. TAM merupakan suatu teori dari sebuah sistem informasi yang modelnya melihat bagaimana perilaku atau pendapat pengguna terhadap teknologi yang diimplementasikan.

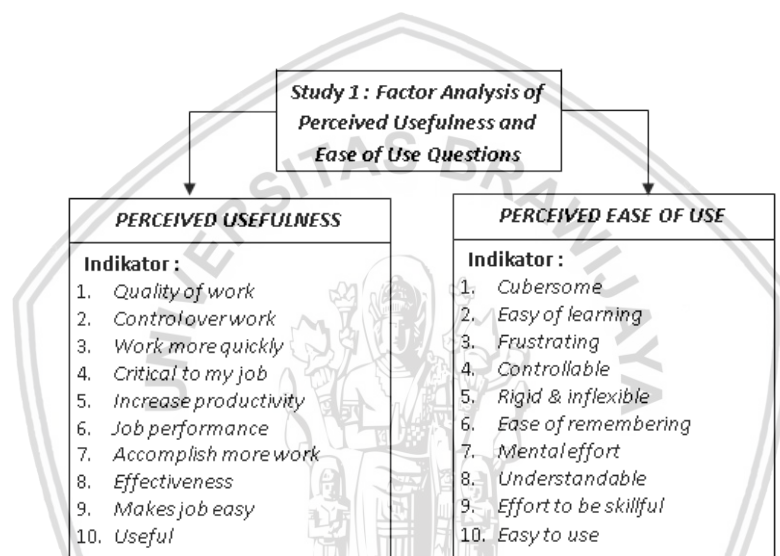
Melalui TAM, asumsinya pada saat pengguna akan menggunakan sistem informasi yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

- 1 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*)  
Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa "*ease*" artinya "*freedom from difficulty or great effort*". Selanjutnya "*ease to use perceived*" didefinisikan "*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*". Jika suatu teknologi diimplementasikan pada suatu aplikasi berbasis *mobile*, maka pengguna meyakini bahwa dengan menggunakan aplikasi berbasis *mobile* tersebut, pengguna akan tidak memerlukan suatu usaha keras dan mudah dalam menggunakannya sehingga tidak membuat pekerjaannya semakin berat. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan aplikasi berbasis *mobile* sesuai dengan keinginan penggunaannya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan bahwa sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna.
- 2 Persepsi Kebermanfaatan (*Usefulness Perceived*)  
Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa "*the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*". Hal ini dimaksudkan jika penggunaan teknologi menggunakan suatu aplikasi berbasis *mobile* maka pengguna percaya bahwa dengan



menggunakan aplikasi tersebut akan meningkatkan kinerjanya Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunaanya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi kemanfaatan ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah jadi menggunakan aplikasi berbasis *mobile* atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai aplikasi berbasis *mobile* tersebut berguna maka tentu akan menggunakannya, namun jika sebaliknya maka tidak akan menggunakannya.

Awalnya Davis menggunakan sebanyak 14 ukuran (*initial scale items*) sebagai indikator yang ada dalam *Perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Selanjutnya memulai dengan kajian ke-1 yang merupakan uji coba awal yang dilakukan untuk mengetahui reliabilitas maupun validitas dipeoleh hasil berupa 10 macam indikator. 10 indikator yang dihasilkat terdapat dalam Gambar 2.4.

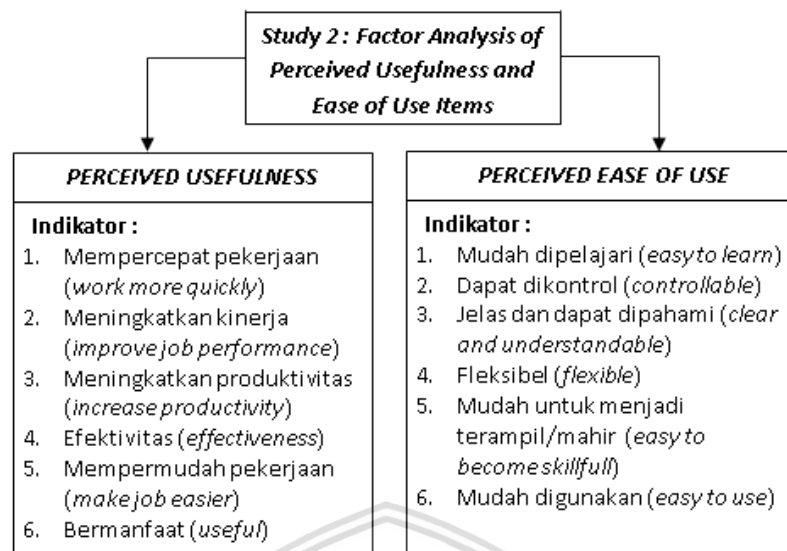


**Gambar 2.4 Faktor Analysis dari Pertanyaan TAM**

Sumber: Davis, 1989

Selanjutnya pada kajian ke-2, Davis melakukan uji coba *prototype* atau model dengan memperkecil indikator yang sudah diperoleh sebelumnya sehingga menjadi lebih baik dan lebih sederhana. Analisis yang digunakan adalah dengan menghitung Korelasi (antara *Perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Self Reported System Usage*) maupun Analisis Regresi (Effect of *Perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use* on *Self-Reported Usage*).

Indikator dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan dapat dilihat dalam Gambar 2.5.



**Gambar 2.5 Faktor Analysis dari Item TAM**

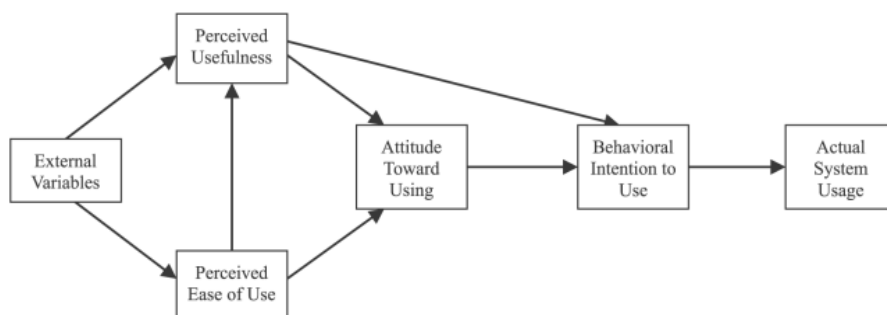
Sumber: Davis, 1989

Faktor dari penerimaan suatu teknologi bisa diperoleh berasal dari pengguna yang menggunakan aplikasi maupun dari sistem yang dikembangkan itu sendiri.. Dari pengguna dapat menunjukkan beberapa aspek diantaranya berupa aspek kognitif, karakter individu, kepribadian, kekhawatiran individu akan dampak teknologi. Sementara itu, dari sistem bisa berupa jaringan komputer dan keadaan komputernya. Menurut Davis, et. al. (1989), tujuan dasar dari TAM adalah untuk menunjukkan tentang faktor apa saja yang mungkin dapat menentukan suatu teknologi dapat diterima atau tidak berdasarkan perilaku pengguna dan menjelaskan perilaku tersebut.

Model TAM bertujuan untuk menunjukkan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan suatu teknologi baru. Asalnya dari pendekatan teori psikologis untuk menjelaskan pengguna yang mengacu pada kepercayaan, sikap, minat, dan hubungan perilaku pengguna. TAM memiliki suatu ciri khas yakni sederhana namun dapat memprediksi tentang penerimaan dan juga penggunaan suatu teknologi

Selanjutnya persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan akan dapat berpengaruh terhadap sikap pengguna terhadap sistem informasi dan kemudian berpengaruh pada intensitas penggunaan teknologi itu sendiri. Gambaran selanjutnya dapat dilihat dalam Gambar 2.6.





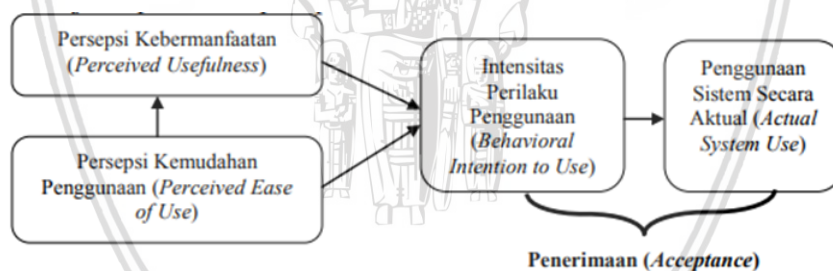
Source: Davis *et al.* (1989, p. 985)

**Gambar 2.6 Technology Acceptance Model (TAM)**

Sumber: Davis (1989)

Setelah diperkenalkan oleh Davis tahun 1986, model TAM banyak digunakan dan dikembangkan oleh para peneliti lainnya. Dalam perkembangannya TAM mengalami beberapa modifikasi yang dilakukan oleh para peneliti yang menggunakan TAM itu sendiri sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Gahtani (2001) juga memodifikasi model TAM dengan menggabungkan variabel intensitas perilaku penggunaan (*behavioural intention to use*) dan penggunaan sistem secara aktual (*actual system use*) menjadi variabel penerimaan (*acceptance*). Perubahannya seperti dalam Gambar 2.7.



**Gambar 2.7 Modifikasi Model TAM**

Sumber: Chuttur (1996) dan Gahtani (2001)

TAM yang pertama kali memiliki enam dasar utama sebelum di modifikasi oleh Gardner & Amoroso (2004), diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*).

Konstruk kegunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang atau pengguna dapat mempercayai bahwa dengan adanya atau digunakannya suatu teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

2. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Menurut Davis et al (1989), kemudahan penggunaan persepsian dapat didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna dapat mempercayai bahwa menggunakan suatu teknologi akan membuatnya terbebas dari usaha.

3. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*).

Menurut Mathieson (1991) didefinisikan sebagai evaluasi terhadap pengguna mengenai ketertarikannya ketika menggunakan suatu teknologi atau sistem.

4. Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*).

Yang dimaksud minat perilaku adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku atau hal. Seseorang akan melakukan suatu perilaku atau keinginan melakukan sesuatu jika ingin melakukan hal tersebut.

5. Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*).

Perilaku merupakan kegiatan atau tindakan seseorang. Tetapi dalam konteks teknologi informasi, perilaku merupakan penggunaan sesungguhnya dari teknologi tersebut.

6. Eksternal Variabel

Dalam Eksternal Variabel menjelaskan tentang faktor-faktor dari luar yang dapat mempengaruhi persepsi tentang manfaat dan kemudahan dari para pengguna. Persepsi kemudahan terhadap pengguna dapat dipengaruhi beberapa faktor eksternal misalnya *Mouse, touchscreen, icon*. Selain itu, pelatihan dan juga tutorial terhadap pengguna akan dapat mempengaruhi kemudahan pengguna terhadap sistem, semakin banyak dan variatif pelatihan yang diberikan kepada pengguna tentunya akan meningkatkan kemudahan dalam penggunaan.

Pada model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna terhadap penggunaan suatu sistem akan mempengaruhi terhadap sikap penggunaannya itu sendiri. Pada Intinya TAM sudah teruji dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam tujuan untuk melihat perilaku pengguna dalam memanfaatkan dan menggunakan suatu teknologi.

## 2.6 Pre-testing

### 2.6.1 Pre-testing Aplikasi

Pada penelitian ini, pre-testing aplikasi dilakukan dengan cara pengguna dapat mengakses aplikasi *mobile* pada *smartphone* masing-masing terutama pelanggan Nom-Nom Cafe Malang. Kemudian responden akan diminta untuk mengakses aplikasi tersebut dan mencoba menggunakannya untuk mendapatkan

*feedback* agar dapat dilakukan perbaikan pada aplikasi apabila masih terdapat trobel. Hasil dari pre-testing aplikasi yang dilakukan menunjukkan bahwa desain aplikasi layak untuk di ujikan.

### 2.6.2 Pre-testing Kuesioner

Pre-testing kuesioner adalah penelitian awal dari kuesioner dengan menyebarkan kuisisioner pada kelompok responden tertentu, hal ini bertujuan untuk melihat apakah dalam kuesioner tersebut terdapat suatu permasalahan atau tidak. Misalnya tata letak penulisan pertanyaan, kalimat yang digunakan, dan melihat apakah ketika responden mengisi kuisisioner mengalami kesulitan atau tidak dalam memahami hal-hal yang terdapat dalam kuesione (Sekaran, 2003). Pre-testing kuesioner merupakan hal cukup penting dilakukan hal ini dikarenakan dapat mempengaruhi aspek-aspek lain dalam (Baines & Chansarkar, 2002 disitasi dalam Chandio, 2011).

Pada penelitian ini, pre-testing dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 10 pengguna aplikasi *mobile*, yaitu pelanggan Nom-Nom Cafe Malang. Responden akan diminta untuk menunjukkan potensi masalah pada desain kuesioner untuk mendapatkan *feedback* agar dapat dilakukan perbaikan pada kuesioner. Hasil dari pre-testing kuesioner yang dilakukan menunjukkan bahwa desain kuesioner layak untuk dibagikan.

## 2.7 Populasi dan Sampel

### 2.7.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, namun meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek.

Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna aplikasi *mobile* pada Nom-Nom Cafe Malang. Sedangkan pemilihan Nom-Nom Cafe tersebut dikarenakan telah dilakukannya kegiatan observasi di Nom-Nom Cafe tersebut, sehingga mudah dalam perizinan.

### 2.7.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dari populasi yang telah ditentukan tersebut maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *mobile* pada Nom-Nom Cafe Malang.

Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya lebih besar, dapat diambil 10-15%, atau 20-25%, atau lebih (Suharsimi 2006

distiasi dalam Gantini 2014). Jadi ddalam penelitian ini diambil populasi yang berjumlah 104 orang.

## 2.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah Likert Scale (skala likert). Menurut Sugiyono (2016) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Rancangan alat ukur ini menggunakan 4 poin Likert Scale yang menyediakan empat alternatif jawaban. 4 poin Likert Scale dipilih karena dianggap dapat menunjukkan sikap dari responden. Setiap pertanyaan memiliki nilai atau skor di setiap jawabannya. Ragam nilai untuk masing-masing pilihan jawaban dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**Tabel 2.1 Ragam Nilai**

Konteks	Skor untuk pernyataan positif	Skor untuk pernyataan negatif
Sangat Setuju	4 point	1 point
Setuju	3 point	2 point
Tidak Setuju	2 point	3 point
Sangat Tidak Setuju	1 point	4 point

Sumber : Sugiyono (2016)

Pilihan jawaban “Netral” atau “Ragu-ragu” dihilangkan untuk memudahkan penelitian ini melihat sikap responden yang sesungguhnya. Apabila 5-point Likert Scale digunakan, hal ini dikhawatirkan hasil yang diperoleh akan kurang sesuai dengan yang diharapkan. Pada kenyataan di lapangan, sebagian besar responden akan menjawab “Netral” atau “Ragu-ragu”, apabila tidak terlalu paham dengan maksud dari pertanyaan atau pernyataan yang diajukan (Garland, 1991).

## 2.9 Pilot Study

### 2.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk dapat melihat tingkat kevalidan suatu instrumen agar didapatkan data yang tepat dan sesungguhnya pada objek yang diteliti. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruksi. Menurut Ghazali (2011), Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Dimana suatu kuisioner akan dikatakan valid jika kuisioner tersebut mampu mengungkapkan hal yang akan diukur oleh kuisioner itu sendiri.

Validitas Konstruksi Secara garis besar merupakan suatu konstruk yang digunakan untuk melihat kesesuaian konstruksi butir-butir pernyataan yang telah dibuat dengan menggunakan suatu indikator. Untuk menguji validitas logis, bisa digunakan pendapat dari ahli (judgement experts).

Kemudian instrumen dianalisis dengan membandingkan nilai  $r_{xy}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan menggunakan taraf signifikan 5%. Setiap dinyatakan dinyatakan valid apabila pertanyaan tersebut memiliki koefisien lebih rendah atau nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  dengan menggunakan taraf signifikan 5%. Sehingga hal tersebut akan menunjukkan pertanyaan-pertanyaan yang tidak valid. Pertanyaan yang tidak valid ini bisa di hapus atau dihilangkan kemudian item yang valid dapat dilanjutkan untuk dilakukan penelitian

Analisis menggunakan rumus korelasi sederhana melalui korelasi product Moment dari Karl Pearson yang dikutip dari Suharsimi Arikunto (2010: 213). Rumus Product Moment dari Karl Pearson dapat dilihat dalam persamaan 2.1.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \quad (2.1)$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = korelasi produk momen (product moment).
- $n$  = jumlah sampel.
- $x$  = skor butir.
- $y$  = skor total.
- $\sum x$  = jumlah skor butir.
- $\sum y$  = jumlah skor total.
- $\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor butir.
- $\sum y^2$  = jumlah kuadrat skor total.
- $\sum xy$  = jumlah perkalian skor butir dengan skor total.

## 2.9.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Suatu instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali akan menghasilkan data yang sama. Menurut Ghazali (2011) jawaban responden dikatakan reliabel jika tiap pertanyaan yang diberikan dijawab secara konsisten dan tidak berubah-ubah karena disetiap pertanyaan akan digunakan untuk mengukur hal yang sama. Untuk menguji reliabilitas instrumen, menurut Sugiyono (2014: 183) dapat digunakan teknik Alpha Cronbach. Jika nilai  $\alpha \geq 0,6$  maka dinyatakan reliabel. Alpha Cronbach digunakan apabila instrumen yang digunakan merupakan kuesioner dan berisi skor atau. Rumus reliabilitas Alpha Cronbach dapat dilihat di persamaan 2.2.



$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma^2} \right] \quad (2.2)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen.

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan.

$\sum \sigma^2$  = Jumlah varians butir.

$\sigma^2$  = Varians total (Burhan Nurgiantoro).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS. Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel jika instrumen tersebut memiliki koefisien Alpha Cronbach lebih dari 0,6, jika instrumen tersebut memiliki koefisien alpha cronbach dibawah 0,6 maka dapat dikatakan jika koefisien tersebut tidak (Nunnally, 1994 dalam Gozali 2011: 48).

**Tabel 2.2 Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas**

Koefisien Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0,00 s/d 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 s/d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 s/d 0,80	Reliabel
>0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nunnally dalam Gozali (2011)

## 2.10 Screening Data

Langkah dilakukan sebelum melakukan pengujian statistik adalah melakukan penyaringan pada data-data yang didapatkan yang kemudian akan diolah. Menurut Ghazali (2011), sebelum melakukan suatu uji statistik langkah awal yang harus dilakukan adalah melakukan screening terhadap data-data yang diperoleh dan diolah.

### 2.10.1 Uji *Missing Data*

Uji missing data dilakukan untuk melihat apakah terdapat data hilang atau data yang terlewatkan oleh responden. *Missing data* adalah yang terlewatkan saat pengisian kuesioner oleh responden yang dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja yang tidak bisa digunakan karena dapat menimbulkan masalah statistik (Field, 2009). Menurut Schumacker dan Lomax (2010) suatu analisis statistik dapat dipengaruhi oleh hilangnya suatu nilai data dalam variabel. Seorang yang melakukan penelitian diperbolehkan untuk menghapus, mengganti atau menggunakan prosedur lain pada subjek yang memiliki data yang hilang.



### 2.10.2 Uji *Outlier* Data

Uji outlier adalah uji yang dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya data responden yang terlihat berbeda dari data responden lain. Menurut Ghazali (2011), *outlier* adalah kasus atau data yang memiliki karakteristik aneh atau unik sehingga terlihat berbeda jauh daripada data lainnya, baik dalam bentuk variabel tunggal maupun kombinasi. Ada empat penyebab timbulnya *outlier* diantaranya adalah kesalahan dalam memasukkan data, terdapat *missing value* dalam program, *outlier* bukan anggota populasi yang dijadikan sampel, *outlier* berasal dari populasi yang akan dijadikan sebagai sampel namun distribusi variabel dalam populasi memiliki suatu nilai yang tidak terdistribusi normal dan memiliki nilai yang ekstrim.

## 2.11 Teknik Analisis Data

### 2.11.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data bertujuan untuk melihat apakah data-data yang telah diambil sudah mencukupi atau layak untuk difaktorkan. Untuk melihat kecukupan data bisa dilakukan dengan melihat nilai pada Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). KMO dapat menghitung variabel individu dan juga *multiple* variabel dan mewakili rasio kuadrat antara variabel dengan korelasi parsial kuadrat (Field, 2009). Apabila nilai KMO lebih besar dari 0,5 maka data telah cukup untuk difaktorkan.

### 2.11.2 Uji Asumsi Klasik

#### 2.11.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel bebas dan terikat atau keduanya memiliki distribusi normal atau mendekati normal yakni sebaran data yang ada terletak pada sekitar garis lurus. Menurut Ghazali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara diantaranya adalah dengan menggunakan uji statistik maupun dengan analisis grafik.

Menurut Ghazali (2016) terdapat 2 cara apakah residual terdistribusi secara normal atau tidak, diantaranya adalah dengan menggunakan analisis grafik dan menggunakan analisis statistik. Analisis grafik yakni dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Tetapi hal ini menimbulkan masalah yang kemungkinan terjadi yakni dapat menyesatkan khususnya untuk suatu sampel yang jumlahnya sedikit. Metode yang lebih handal adalah dengan menggunakan *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Kemudian dengan menggunakan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, hal ini bisa juga berlaku sebaliknya ketika menggunakan analisis statistik. Uji statistik sederhana dapat

dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dari residual. Uji statistik lain yang bisa dilakukan untuk menguji normalitas residual adalah dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan membuat hipotesis  $H_0$  : data residual berdistribusi normal dan  $H_A$  : data residual berdistribusi tidak normal.

#### 2.11.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi. Pengujian pada umumnya digunakan sebagai prasyarat dalam melakukan pengujian model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya multikolinearitas. Dalam pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai dari Variance Inflation Factor (VIF). Dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai  $VIF < 10$ . Menurut Ghazali (2011), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak.

Model regresi yang mengandung multikolinearitas adalah bahwa kesalahan standar estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independen, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis  $H_0$  akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar (Algifari, 2009). Menurut Ghazali (2006) diagnosis terhadap adanya multikolinearitas di dalam model regresi diantaranya adalah nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh model regresi empiris sangat tinggi, menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, dan yang terakhir Multikolinearitas juga bisa dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk melihat adanya multikolinearitas adalah nilai  $Tolerance \leq 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ .

#### 2.11.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual kepada semua pengamatan pada model regresi linear. Menurut Algifari (2009) heteroskedastisitas adalah varians variabel dalam model tidak sama atau konstan. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Suatu varian disebut Homoskedastisitas jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Konsekuensi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksir (*estimation*) yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun besar. Penelitian akan semakin baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas atau memiliki heteroskedastisitas sangat kecil.

#### 2.11.3 Uji Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah suatu analisis mengenai ketergantungan satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel

independ, hal ini bertujuan untuk dapat memprediksi dan mengestimasi rata-rata nilai dari variabel dependen dengan berdasar pada nilai variabel independen yang diketahui (Gujarati, 2003 disitasi dalam Ghozali, 2007).

Menurut Ghozali (2011) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of fit nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t.

Pada uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan berganda, dimana uji hipotesis linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2011).

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan analisis regresi linier sederhana diantaranya adalah:

- a. Membuat persamaan garis regresi linier sederhana dengan menggunakan persamaan 2.3.

$$Y = a + bX \quad (2.3)$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksi.

a = Konstanta atau bila harga X = 0.

b = Koefisien Regresi.

X = Nilai variabel independen.

Nilai a dan b dapat dicari dengan persamaan 2.4 dan 2.5.

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad (2.4)$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad (2.5)$$

- b. Menghitung koefisien korelasi sederhana, dengan persamaan 2.6.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}} \quad (2.6)$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X dan Y.

Jika rhitung lebih dari nol (0) atau bernilai positif (+) maka korelasinya positif, sebaliknya jika rhitung kurang dari nol (0) maka bernilai negatif (-) maka korelasinya negatif atau tidak berkorelasi. Selanjutnya tingkat korelasi tersebut dikategorikan menggunakan pedoman dari Sugiyono (Sugiyono, 2011).

- c. Menguji signifikansi dengan uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi regresi sederhana  $r_{xy}$ , yaitu dengan menggunakan persamaan 2.7.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (2.7)$$

Keterangan:

t = nilai thitung.

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y.

n = jumlah responden.

$r^2$  = kuadrat koefisien korelasi antara variabel X dan Y.

Ha diterima dan Ho ditolak, jika thitung sama atau lebih besar daripada ttabel dengan taraf signifikan 5% maka pengaruh variabel bebas (prediktor) terhadap variabel terikat (kriterium) signifikan. Sebaliknya, Ho diterima dan Ha ditolak jika thitung lebih kecil dari  $t_{\text{tabel}}$ .

d. Menguji signifikansi dengan uji F

Uji F atau bisa disebut dengan uji serentak atau uji Anova adalah pengujian yang dilakukan melihat pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikatnya, atau juga bisa digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan signifikan atau non signifikan. Dalam hal ini dengan menggunakan taraf signifikan 0.05.

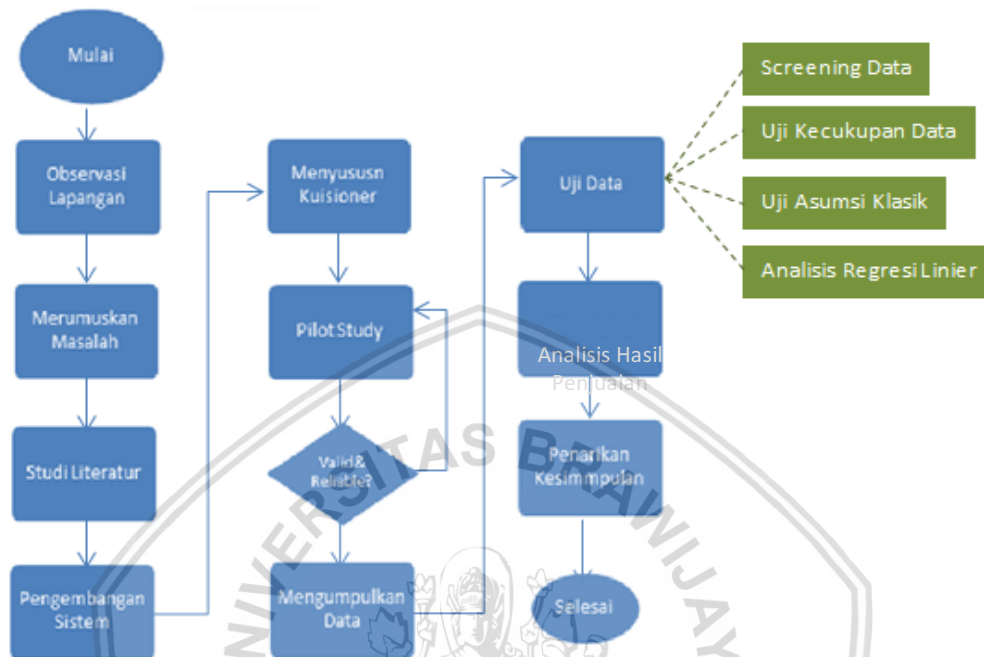
#### 2.11.4 Uji Determinasi Koefisien

Menurut Ghazali (2011), Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi hanyalah salah satu dan bukan satu-satunya kriteria memilih model yang baik (Insukindro, 1998 disitasi dalam Ghazali, 2011). Kelemahan yang cukup mendasar dari uji determinasi ini adalah adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model.

Secara umum koefisien determinasi untuk data *crossection* relatif rendah karena adanya variasi yang kurang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang cukup tinggi (Ghazali, 2016).

## BAB 3 METODOLOGI

Pada bab ini dijelaskan alur penelitian yang dilakukan dalam melakukan penelitian. Alur Penelitian dapat dilihat dalam Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

### 3.1 Observasi lapangan

Pada tahap ini, dilakukan observasi lapangan tepatnya Nom-Nom Cafe sebagai bahan studi kasus kemudian menggali informasi yang dibutuhkan. Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan observasi lapangan diantaranya adalah wilayah penelitian.

#### 3.1.1 Wilayah Penelitian

Penelitian dilakukan pada Nom-Nom Cafe Malang. Pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Juli alasan diadakan penelitian pada Nom-Nom Cafe diantaranya adalah:

1. Nom-Nom Café memberikan jasa layanan pesan antar untuk pelanggannya.
2. Nom-Nom Cafe membutuhkan alat sebagai media informasi untuk para pelanggannya untuk melihat daftar menu secara update yang di jual.

### 3.2 Perumusan Masalah

Pada tahap ini setelah dilakukan observasi lapangan kemudian dilakukannya perumusan permasalahan berdasarkan latar belakang yang sudah di jabarkan. Perumusan masalah yang dibuat merupakan pertanyaan penelitian dari masalah-masalah spesifik yang telah diuraikan dalam latar belakang.



### 3.3 Studi Literatur

Tahap studi literature merupakan tahap dimana dilakukannya pengumpulan literature dan referensi yang dibutuhkan yang bersumber dari wawancara, jurnal, dan buku untuk mendukung penelitian dengan penjelasan teori dari penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut akan menjelaskan suatu tujuan. Beberapa teori yang dipelajari adalah:

1. Penelitian sebelumnya.
2. Nom-Nom Café Malang.
3. *Mobile Application*.
4. *Technology Acceptance Model*.
5. *Pre-testing*.
6. Skala pengukuran.
7. Uji Validitas dan Reabilitas.
8. Teknik Analisis Data.

### 3.4 Pengembangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan pengembangan sistem berupa aplikasi *mobile* dengan *framework* Android berdasar dengan observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut tahap yang dilakukan untuk membangun aplikasi *mobile* Nom-Nom:

1. Analisis Kebutuhan: Dilakukan analisis kebutuhan untuk sistem sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.
2. Perancangan Sistem: Kemudian setelah dilakukan analisis kebutuhan, dilakukannya perancangan sistem yang sesuai dan juga tepat sesuai dengan kebutuhan yang ada.
3. Implementasi: Setelah sistem di rancang, hal selanjutnya adalah membangun sistem (aplikasi *mobile*) untuk diimplementasikan dan siap untuk digunakan pengguna dan menjadi objek dalam penelitian ini.

### 3.5 Penyusunan Kuisiomer

Kuisiomer disusun berdasarkan indikator-indikator yang ada pada teori yang menjadi sumber literatur tentang TAM. Kuisiomer dilakukan dengan menggunakan *online based test* dan memberikan secara langsung kepada pengunjung cafe untuk memudahkan mendapatkan responden dan mengumpulkan data kuisiomer.

Sebelum mengisi kuisiomer pengguna diharapkan telah mengunduh atau mencoba menggunakan aplikasi Nom-Nom terlebih dahulu. Kemudian pengguna membuka kuisiomer dan mengisinya secara *online* maupun *offline*. Maka



kuisisioner akan terkumpul secara *online* dan *offline* yang kemudian dapat diuji datanya untuk keperluan penelitian.

### 3.6 Pilot Study

Pada penelitian ini *Pilot Study* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pemahaman pengguna terhadap kuesioner dan memberikan pendapat. Pendapat yang diberikan berupa pemahaman kalimat, urutan kuesioner, pemilihan diksi, dan tata letak penulisan pada kuesioner. Beberapa responden akan memberikan pendapat berdasarkan kuesioner yang telah dibuat. Pendapat-pendapat tersebut akan digunakan sebagai dasar merevisi kuesioner, sebelum penyebaran kuesioner yang digunakan sebagai data primer. Uji yang dilakukan dalam pilot studi adalah:

1. Uji Reliabilitas: untuk menunjukkan apakah data dapat dikatakan bahwa telah *reliable* (dapat diandalkan) atau tidak.
2. Uji Validitas: untuk mengukur ketetapan suatu instrument pengukur dalam hal ini adalah kuisisioner dalam melakukan fungsi ukur yang dimilikinya.

### 3.7 Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber atau langsung dari responden tanpa melalui perantara lain. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian ini.

Data didapatkan secara langsung melalui kuisisioner yang disebar secara online, dan juga dikumpulkan secara online. Sumber data merupakan hasil dari kuisisioner. Kuisisioner disebarkan kepada target utama yaitu pengguna aplikasi mobile Nom-Nom yang merupakan pelanggan Nom-Nom café.

#### 3.7.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode survey, yaitu dengan menyebarkan secara langsung daftar pernyataan berupa kuesioner tertutup yang akan diisi oleh pelanggan (pengguna aplikasi *mobile*). Pada umumnya, metode survei dibatasi pada data yang dikumpulkan dari beberapa sampel dari populasi untuk mewakili seluruh populasi yang ada. Berbeda dengan sensus yang informasinya dikumpulkan dari seluruh populasi. Dari pengertian tersebut, penelitian survei dapat diartikan sebagai penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995).

Kuesioner terdiri dari beberapa bagian yang terdiri dari identitas responden, bagian petunjuk pengisian, dan bagian terakhir berisi sejumlah

pernyataan yang terstruktur mengenai konstruk-konstruk penelitian dari metode TAM. Selanjutnya kuesioner yang telah diisi dan dikembalikan oleh responden selanjutnya akan diseleksi terlebih dahulu agar kuesioner yang tidak lengkap dalam pengisiannya tidak diikutsertakan dalam analisis data

### 3.7.3 Populasi dan Sample

Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna aplikasi *mobile* pada Nom-Nom Cafe Malang. Kemudian metode *sampling* yang digunakan adalah dengan menggunakan *Random Sampling*. Sedangkan pemilihan Nom-Nom Cafe tersebut dikarenakan telah dilakukan kegiatan observasi di Nom-Nom Cafe tersebut, sehingga mudah dalam perizinan. Dari populasi yang telah ditentukan tersebut maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *mobile* pada Nom-Nom Cafe Malang.

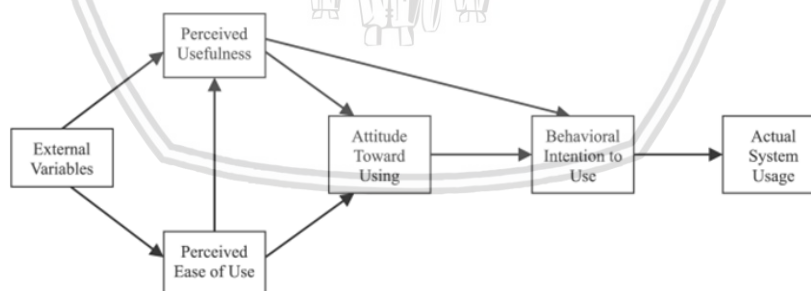
## 3.8 Uji Data

Setelah hasil kuisisioner didapatkan, hal selanjutnya adalah melakukan analisis dari kuisisioner tersebut dengan menggunakan metode TAM untuk mendapatkan hipotesis akhir. Berikut hal-hal yang diperhatikan saat pengujian data:

### 3.8.1 Technology Acceptance Model

Penelitian yang dilakukan menggunakan konstruk dari TAM. Model dari TAM akan menjadi dasar teori untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam pemanfaatan Aplikasi *mobile* pada Nom-Nom Cafe Malang.

Model penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Source: Davis *et al.* (1989, p. 985)

**Gambar 3.2 Technology Acceptance Model (TAM)**

Pada model TAM menganggap bahwa dua keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahann penggunaan (*perceived easy of use*) merupakan pengaruh utama untuk perilaku penerimaan teknologi berbasis komputer.

### 3.8.2 Screening Data

Untuk menghilangkan data-data yang dianggap tidak layak seperti data yang hilang dan data yang memiliki nilai yang sangat berbeda, diperlukan screening data. Screening data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua pengujian yaitu:

1. Uji *Missing Value*, digunakan untuk menghilangkan data yang hilang (*missing data*) atau dapat disebut data yang terlewatkan saat pengisian kuisioner.
2. Uji *Outlier Data*, digunakan untuk menghilangkan data yang memiliki nilai dengan berpotensi menimbulkan masalah analisis atau data yang memiliki nilai yang sangat berbeda dari keseluruhan data.

### 3.8.3 Uji Kecukupan Data

Setelah screening data dilakukan akan didapatkan data yang benar-benar akan digunakan. Maka dibutuhkan pengujian kecukupan data untuk menentukan apakah data cukup untuk penelitian. Pada penelitian ini Uji Kecukupan Data mengacu pada nilai dari teori Kaiser-Meyer-Olkin atau yang dapat disingkat dengan KMO. KMO digunakan untuk menentukan apakah analisis faktor sesuai untuk sample data yang ada.

Untuk dapat menyimpulkan apakah analisis faktor telah sesuai Nilai KMO harus lebih besar dari 0.5. Jika Nilai KMO tidak lebih besar dari 0.5 maka analisis faktor tidak sesuai dengan sample data yang ada.

### 3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah variabel dan model regresi terjadi kesalahan (bias data) atau tidak maka diperlukan pengujian Asumsi Klasik. Uji Asumsi Klasik dalam meliputi:

1. Uji Normalitas, digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak normal.
2. Uji Multikolineritas, digunakan untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel-variabel independen.
3. Uji Heterokedastisitas, digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* atau tidak.

### 3.8.5 Analisis Regresi Linier

Pada penelitian ini terdapat variabel dependen dan independen. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dan independen dilakukan analisis regresi linear. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda.

1. Uji T, digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen menerangkan variabel dependen secara individual.

2. Uji F, digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel-variabel independen menerangkan variabel dependen secara simultan.
3. Determinasi Koefisien, digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.9 Analisis Hasil Penjualan

Analisis hasil penjualan dilakukan untuk melihat apakah dari hasil penggunaan aplikasi *mobile* Nom-Nom berdampak terhadap penjualan produk pada Nom-Nom Café. Pada tahap ini akan dilakukan perekapan penjualan bulanan keseluruhan. Kemudian dari rekapan tersebut akan dipisahkan transaksi antara penjualan pada café langsung dengan penjualan menggunakan aplikasi

Analisis penjualan akan menunjukkan seberapa besar pengaruh peningkatan penjualan produk Nom-Nom café dengan adanya aplikasi. Hasil tahap ini adalah terlihatnya margin penjualan sebelum dan sesudah penggunaan aplikasi Nom-Nom café.

### 3.10 Penarikan Kesimpulan dan Saran

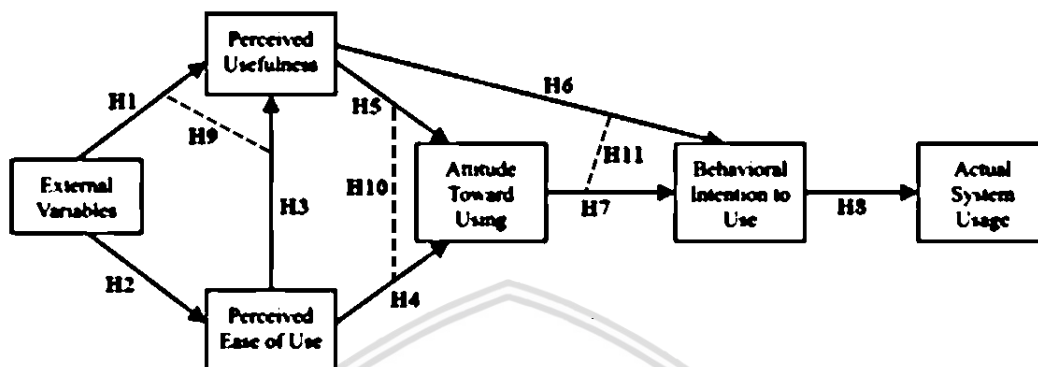
Kesimpulan dibuat untuk menjawab pada rumusan masalah yang terdapat pada BAB 1. Kesimpulan dituliskan berurutan sesuai poin-poin pada rumusan masalah tersebut. Kesimpulan harus dapat menjelaskan hasil yang didapatkan dari penelitian yang selama ini dilakukan.

Saran dibuat atas dasar dari fenomena yang muncul selama proses penelitian serta hasil-hasil yang didapat dari pengujian. Saran ditulis dengan jelas mengapa saran menjadi penting, menjelaskan alasannya, tujuan saran untuk apa, dan bagaimana melakukannya.

## BAB 4 ANALISIS DATA

### 4.1 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan TAM dengan model seperti berikut:



Source: Davis *et al.* (1989, p. 985)

Gambar 4.1 Model Penelitian

Pada Gambar 4.1 menjelaskan tentang model penelitian yang diadaptasi dari Davis (1989) tentang TAM. Penelitian membutuhkan hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan variabel-variabel pada TAM. Untuk menjelaskan hubungan hipotesis antar variabel dibuatlah keterangan hipotesis (penomoran) seperti yang tertera pada gambar 4.1. penomoran hipotesis tersebut memenuhi kebutuhan analisis linier sederhana (H1-H8) dan berganda (H9-H11).

Seperti yang terdapat dalam gambar 4.1 diketahui model TAM memiliki enam variabel laten, dimana tiap variabel memiliki definisi masing-masing. Setiap variabel dihubungkan dengan hipotesis penelitian. Berikut penjelasan setiap variabel:

1. *External Variable* (EV) / Eksternal Variabel: variabel lain yang memengaruhi.
2. *Perceived Usefulness* (PU) / Persepsi Manfaat: sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja.
3. *Perceived Ease of Use* (PEOU) / Persepsi Kemudahan Penggunaan: sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem jauh dari upaya yang berat
4. *Attitude Toward Using* (ATB) / Sikap Menggunakan Teknologi: sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi.
5. *Behavioral intention to use* (BI) / Minat Perilaku Menggunakan Teknologi: kebiasaan niat seseorang yang didasarkan keputusan kognitif untuk meningkatkan kinerja.
6. *Actual System Usage* (ASU) / Penggunaan Teknologi Sesungguhnya: pengaruh oleh niat seseorang.



## 4.2 Perumusan Hipotesis

Sebelum menentukan hipotesis, perlu diketahui variabel yang terdapat dalam hipotesis tersebut. Penelitian ini menggunakan Model TAM dan model evaluasi Regresi Linier sederhana dan berganda. Maka dari itu dilakukan pengelompokan variabel pada TAM untuk mengetahui jenis variabel nya sesuai dengan hubungannya (dependen atau independen). Terdapat lima variabel regresi linier sederhana dan tiga variabel linier berganda, lima variabel tersebut bisa dilihat pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1 Tabel Variabel**

	Variable Dependen	Variable Independen
Linier Sederhana	<i>Actual System Usage</i> <i>Behavioral intention to use</i> <i>Attitude Toward Using</i> <i>Perceived Usefulness</i> <i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Behavioral intention to use</i> <i>Attitude Toward Using</i> <i>Perceived Usefulness</i> <i>Perceived Ease of Use</i> <i>External Variable</i>
Linier Berganda	<i>Behaviora Intention to use</i>  <i>Perceived Usefulness</i>  <i>Attitude Toward Using</i>	<i>Perceived Usefulness &amp; Attitude Toward Using</i> <i>Perceived Ease of Use &amp; External Variable</i> <i>Perceived Usefulness &amp; Perceived Ease of Use</i>

Sesuai dengan model penelitian dan hubungan antar variabel yang telah diketahui maka didapatkan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : terdapat hubungan positif antara variabel *External Variable* (EV) secara parsial terhadap variabel *Perceived Usefulness* (PU) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H2 : terdapat hubungan positif antara variabel *External Variable* (EV) secara parsial terhadap variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H3 : terdapat hubungan positif antara variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara parsial terhadap variabel *Perceived Usefulness* (PU) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H4 : terdapat hubungan positif antara variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara parsial terhadap variabel *Attitude Toward Using* (ATB) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H5 : terdapat hubungan positif antara variabel *Perceived Usefulness* (PU) secara parsial terhadap variabel *Attitude Toward Using* (ATB) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H6 : terdapat hubungan positif antara variabel *Perceived Usefulness* (PU) secara parsial terhadap variabel *Behavioral intention to use* (BI) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.



- H7 : terdapat hubungan positif antara variabel *Attitude Toward Using* (ATB) secara parsial terhadap variabel *Behavioral intention to use* (BI) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H8 : terdapat hubungan positif antara variabel *Behavioral intention to use* (BI) secara parsial terhadap variabel *Actual System Usage* (ASU) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H9 : terdapat hubungan positif antara variabel *External Variable* (EV) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara simultan terhadap variabel *Perceived Usefulness* (PU) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H10 : terdapat hubungan positif antara variabel *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara simultan terhadap variabel *Attitude Toward Using* (ATB) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.
- H11 : terdapat hubungan positif antara variabel *Perceived Usefulness* (PU) dan *Attitude Toward Using* (ATB) secara simultan terhadap variabel *Behavioral intention to use* (BI) saat menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom.

### 4.3 Pilot Study

Sesuai dengan alur penelitian yang dijelaskan dalam Bab 3, *pilot study* dilakukan untuk menguji instrumen penelitian yaitu kuisioner yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pilot study menggunakan 30 data yang akan di uji dengan uji realibilitas dan uji validitas. Berikut uji yang dilakukan untuk melakukan *pilot study*.

#### 4.3.1 Uji Reliabilitas

Teknik *Cronbach's Alpha* digunakan dalam pengujian realibilitas dalam penelitian ini. Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.2 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran D.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilias**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> (>0.6)	N of item
<i>External Variable</i>	0.957	5
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.950	6
<i>Perceived Usefulness</i>	0.951	6
<i>Attitude Toward Using</i>	0.946	6
<i>Behavioral intention to use</i>	0.949	5
<i>Actual System Usage</i>	0.952	6

Dari tabel 4.2 diatas didapatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel mencukupi nilai lebih dari 0.6. Maka dapat dikatakan bahwa data telah *reliable* atau dapat diandalkan.

### 4.3.2 Uji Validitas

Pada tahap pilot study dilakukan pengujian validitas karena untuk mengukur ketetapan suatu instrument pengukur dalam hal ini adalah kuisioner dalam melakukan fungsi ukur yang dimilikinya. Kuisioner dapat dikatakan valid jika mampu mengukur suatu tujuan yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang teliti dengan tepat.

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total menggunakan teknik *Bivariate Pearson Correlation*. Dalam analisis, dapat dilihat nilai korelasi antar item dengan skor total. Nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r tabel yang dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji dua sisi (2-tailed). Jumlah data (N) = 30 dan (df) = N-2, didapatkan r tabel sebesar 0.361. Hasil uji validitas bisa dilihat pada Tabel 4.3 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran E.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	Keterangan
<i>External Variable</i>	EV1	0.669	Valid
	EV2	0.797	Valid
	EV3	0.879	Valid
	EV4	0.770	Valid
	EV5	0.761	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	0.908	Valid
	PEOU2	0.919	Valid
	PEOU3	0.882	Valid
	PEOU4	0.815	Valid
	PEOU5	0.907	Valid
	PEOU6	0.837	Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0.905	Valid
	PU2	0.897	Valid
	PU3	0.851	Valid
	PU4	0.879	Valid
	PU5	0.823	Valid
	PU6	0.907	Valid
<i>Attitude Toward Using</i>	ATP1	0.847	Valid
	ATP2	0.872	Valid

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	Keterangan
	ATP3	0.899	Valid
	ATP4	0.870	Valid
	ATP5	0.836	Valid
	ATP6	0.911	Valid
<i>Behavioral intention to use</i>	BI1	0.802	Valid
	BI2	0.919	Valid
	BI3	0.893	Valid
	BI4	0.853	Valid
	BI5	0.938	Valid
<i>Actual System Usage</i>	ASU1	0.795	Valid
	ASU2	0.687	Valid
	ASU3	0.763	Valid
	ASU4	0.779	Valid
	ASU5	0.801	Valid
	ASU6	0.831	Valid

Seperti yang tertera pada tabel 4.3 hasil uji validitas, bahwa seluruh data telah memenuhi kriteria yaitu  $> 0.361$  sehingga semua data dinyatakan valid.

#### 4.4 Karakteristik Data Responden

Setelah melakukan Pilot Study maka kuisioner diperbaiki sesuai dengan kebutuhan, dilakukanlah penyebaran kuisioner. Didapatkan responden sejumlah 104 responden. Gambaran karakteristik dilakukan untuk melengkapi penelitian. Berikut gambaran karakteristik responden yang meliputi rentang umur dan jenis kelamin responden:

**Tabel 4.4 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Rentang Umur**

Rentang Umur	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 20 tahun	10	9.6%
20 tahun sampai 25 tahun	74	71.2%
Lebih dari 25 tahun	20	19.2%

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada tabel 4.4 diatas didapatkan bahwa sebagian besar responden berumur 20 sampai d25 tahun dengan persentasi 71.2%, sedangkan responden dengan umur dibawah 20 tahun hanya sebesar 9.6% dan responden dengan rentang umur diatas 25 tahun mencapai dua kali lipat dengan responden dibawah 20 tahun yaitu dengan persentase 19.2%.

**Tabel 4.5 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	47	45%
Perempuan	57	55%

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada tabel 4.5 diatas didapatkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki memiliki persentase 45%, sedangkan responden bjenis kelamin perempuan mendominasi dengan persentase 55%.

#### 4.5 Screening Data

Untuk menghilangkan data-data yang dianggap tidak layak seperti data yang hilang dan data yang memiliki nilai yang sangat berbeda, diperlukan screening data. Screening data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua pengujian yaitu Uji *Missing Value* dan Uji *Outlier Data*.

##### 4.5.1 Uji *Missing Values*

Uji *Missing Values* dilakukan untuk menghilangkan data yang hilang (*missing data*) atau dapat disebut data yang terlewatkan saat pengisian kuisisioner. Setelah dilakukan Uji *Missing Values* pada penelitian ini tidak ditemukan data yang hilang (*missing data*).

##### 4.5.2 Uji *Outlier Data*

Uji *Outlier Data* dilakukan untuk menghilangkan data yang memiliki nilai dengan berpotensi menimbulkan masalah analisis. Sebelumnya masuk pada pengujian data *outlier* perhitungan *chi-square* harus dilakukan untuk mencari nilai distribusi probabilitas. *Degree of freedom* yang digunakan pada penelitian ini adalah 0.01.

Hasil dari perhitungan *chi-square* menghasilkan nilai 54.776. Nilai tersebut selanjutnya akan digunakan untuk mengeliminasi data dimana nilai dari *mahalanobis distance* > 54.776. Dari 104 data responden terdapat 4 data *outlier* sehingga akan dilakukan eliminasi data. Analisis data selanjutnya akan menggunakan data sebanyak 100 data. Data observasi Mahalanobis Distance yang memiliki nilai > 54.776 dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6 Data Outlier**

No.	Nomor Observasi	Mahalanobis Distance
1	7	60.87076
2	80	57.08745
3	85	57.06663
4	24	55.13094

2: MAH\_1

	id	jenis_kelamin	pu1	pu2	pu3	pu4	pu5	pu6	totpu	peou1	peou2	peou3	peou4
1	7	1	3	3	3	3	3	3	18	2	2	2	2
2	80	1	3	4	4	3	3	3	20	4	4	4	3
3	85	2	3	3	3	2	3	3	17	4	4	4	3
4	24	1	4	3	3	3	2	3	18	3	2	2	2
5	48	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4
6	97	1	1	2	2	2	2	2	11	3	4	4	3
7	77	2	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3
8	3	2	4	3	3	2	4	4	20	4	4	4	4
9	67	2	3	4	3	4	4	3	21	3	4	4	4
10	74	2	3	4	3	3	4	4	21	3	3	3	4
11	57	2	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4
12	6	1	3	2	3	3	2	3	16	3	3	2	2
13	5	1	3	3	4	3	3	4	20	2	3	4	4
14	22	1	3	3	3	3	3	3	18	2	2	3	3
15	82	2	3	3	3	3	2	2	16	2	3	3	3
16	81	1	3	3	3	4	4	3	20	4	4	4	3
17	4	1	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4
18	79	2	3	3	4	4	3	3	20	3	3	3	3
19	72	2	3	3	2	3	3	4	18	4	4	4	4
20	42	2	4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	3
21	49	1	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4
22	68	2	3	3	4	3	3	4	20	3	3	4	4

**Gambar 4.2 Hasil Uji Outlier 2**

Dari gambar 4.2 terlihat empat nomor (baris teratas) yang disilang, nomor yang disilang tersebut menunjukkan data yang memiliki nilai mahalanobis distance diatas nilai chi-square. Data tersebut harus dihilangkan sebelum masuk ke pengujian data.

## 4.6 Uji Data

### 4.6.1 Uji Kecukupan Data

Uji Kecukupan data pada penelitian ini mengacu pada nilai KMO untuk menentukan apakah analisis faktor sesuai untuk sample data yang ada. Untuk dapat menyimpulkan apakah analisis faktor telah sesuai Nilai KMO harus lebih besar dari 0.5. Hasil pengujian uji kecukupan data dapat dilihat pada pada Tabel 4.7 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran F.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Kecukupan Data**

Pengujian	Hasil
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.909

**Tabel 4.8 Kriteria nilai KMO**

Nilai	Kriteria
<0,5	Not acceptable
0,5 – 0,7	Mediocre
0,7 – 0,8	Good
0,8 – 0,9	Great
>0,9	Superb

Sumber: Hutcheson & Sofroniou (1999) disitasi dalam Field (2009)

Dari tabel 4.8 didapatkan bahwa nilai KMO sebesar 0.909 hal ini menunjukkan bahwa nilai KMO lebih besar dari 0.5. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa analisis faktor masuk dalam kriteria Superb sesuai dengan tabel 4.8. Sehingga analisis faktor sesuai untuk sampel data yang ada.

#### 4.6.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah variabel dan model regresi terjadi kesalahan (bias data) atau tidak maka diperlukan pengujian Asumsi Klasik. Uji Asumsi Klasik dalam meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolineritas dan Uji Heterokedastisitas.

##### 4.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilaksanakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak normal. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas dengan Uji *One Sample* Kolmogorov-Smirnov. Untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dengan:

1. Jika asymp. Sig (2tailed) bernilai  $> 0,05$  maka berdistribusi normal.
2. Jika asymp. Sig (2tailed) bernilai  $< 0,05$  maka berdistribusi tidak normal.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.9 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran G.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.122

- a. *Test distribution is Normal.*
- b. *Calculated from data.*
- c. *Lilliefors Significance Correction.*

Dari tabel 4.9 diketahui nilai Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0.122. Hasil tersebut menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0.05 hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas.

##### 4.6.2.2 Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel-variabel independen. Model regresi akan memenuhi uji multikolineritas jika tidak adanya korelasi antara variabel independen. Cara yang dilakukan untuk melakukan pengujian multikolineritas adalah dengan melakukan uji regresi yang berpedoman pada nilai *Variance Inflation Factor* atau biasa disebut VIF, serta koefisien dari korelasi antar variabel-variabel independen. Kriterianya adalah:



- Jika nilai  $\text{tolerance} \geq 0.1$  dan nilai  $\text{VIF} \leq 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai  $\text{tolerance} \leq 0.1$  dan nilai  $\text{VIF} \geq 10$ , maka terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Berikut hasil Uji Multikolineritas yang telah dilakukan berdasarkan variabel dependen PEOU, PU, ATB, BI dan ASU.

1. Variabel Dependen PEOU

**Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen PEOU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Tolerance	VIF
Perceived Ease of Use	Eksternal Variable	1.0	1.0

Berdasarkan pada tabel 4.10 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran H didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas, nilai *tolerance* pada variabel independen (eksternal variable) bernilai  $> 0.1$  yaitu 1.0. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai VIF pada variabel independen bernilai  $< 10.00$  yaitu sebesar 1.0. Maka, disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

2. Variabel Dependen PU

**Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen PU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Tolerance	VIF
Perceived Usefulness	Perceived Ease Of Use	0.526	1.902
	Eksternal Variable	0.526	1.902

Berdasarkan pada tabel 4.11 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran H didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas, nilai *tolerance* pada setiap variabel independen (eksternal variable dan *Perceived Ease of Use*) bernilai  $> 0.1$  yaitu 0.526. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai VIF pada variabel independen bernilai  $< 10.00$  yaitu sebesar 1.902. Maka, disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

3. Variabel Dependen ATB

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen ATB**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Tolerance	VIF
Attitude Toward Using	Perceived Usefulness	0.489	2.043
	Perceived Ease of Use	0.489	2.043

Berdasarkan pada tabel 4.12 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran H didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas, nilai *tolerance* pada setiap variabel independen (*perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use*) bernilai  $> 0.1$  yaitu 0.489. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai VIF pada variabel independen bernilai  $< 10.00$  yaitu sebesar 2.043. Maka, disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

#### 4. Variabel Dependen BI

**Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen BI**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Tolerance	VIF
Behavioral Intention	Perceived Usefullnes	0.427	2.340
	Attitude Toward Using	0.427	2.340

Berdasarkan pada tabel 4.13 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran H didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas, nilai *tolerance* pada setiap variabel independen (*perceived usefulness* dan *attitude toward behavioral*) bernilai  $> 0.1$  yaitu 0.427. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai VIF pada variabel independen bernilai  $< 10.00$  yaitu sebesar 2.340. Maka, disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

#### 5. Variabel Dependen ASU

**Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolineritas Variabel Dependen ASU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Tolerance	VIF
Actual System Usage	Behavioral Intention	1.0	1.0

Berdasarkan pada tabel 4.14 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran H didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas, nilai *tolerance* pada variabel independen (*behavioral intention to use*) bernilai  $> 0.1$  yaitu 1.0. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai VIF pada variabel independen bernilai  $< 10.00$  yaitu sebesar 1.0. Maka, disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

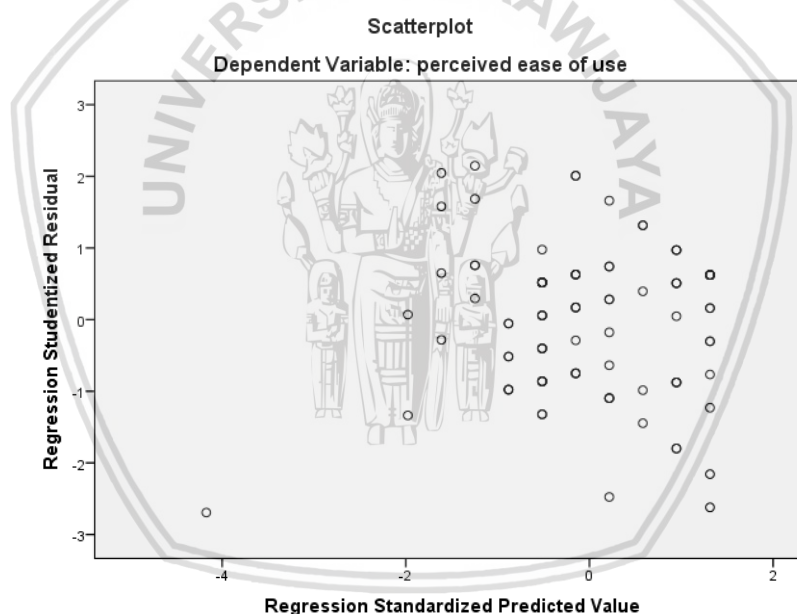
Maka dengan selesainya seluruh pengujian multikolinearitas, didapatnkan hasil bahwa nilai *tolerance* pada seluruh variabel independen bernilai  $> 0.1$  yaitu 1.0, serta nilai VIF pada seluruh variabel independen bernilai  $< 10.00$ . dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

#### 4.6.2.3 Uji Heterokedastisitas

Dalam model regresi dapat terjadi ketidak samaan variansi. Ketidak samaan variansi didapatkan dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* sama atau tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk itu perlu dilakukan Uji Heterokedastisitas untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* tersebut.

Heterokedastisitas diketahui dengan melihat grafik plot, yaitu nilai ZPRED (nilai prediksi, sumbu X) dan nilai SRESID (nilai residual, sumbu Y). Homokedastisitas terjadi apabila titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu X serta tidak memiliki pola tertentu. Heterokedastisitas terjadi apabila titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu seperti bergelombang, melebar, atau menyempit. Uji Heterokedastisitas yang telah dilakukan berdasarkan variabel dependen PEOU, PU, ATB, BI dan ASU.

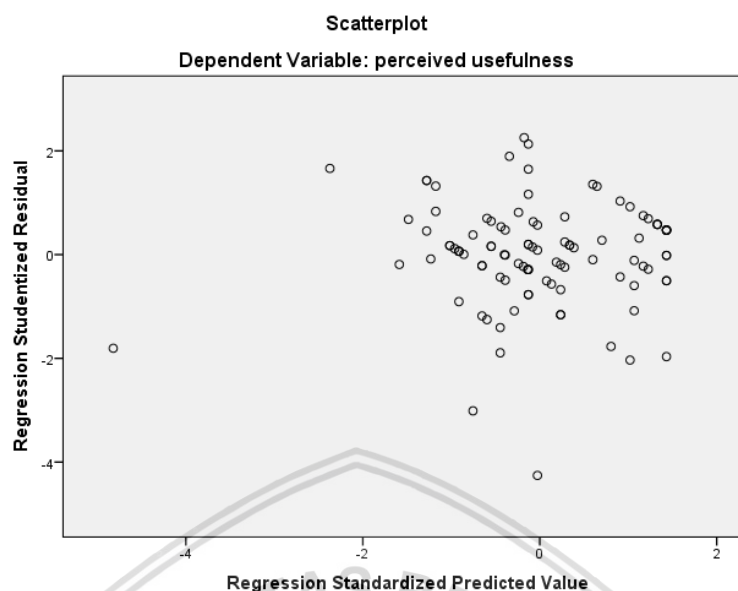
1. Variabel Dependen PEOU



**Gambar 4.3 Scatter Plot Variabel Dependen *Perceived Ease of Use***

Berdasar gambar 4.3 diatas titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ditemukannya pola tertentu. Maka disimpulkan bahwa pada data penelitian dengan variabel dependen PEOU tidak terjadi heterokedastisitas.

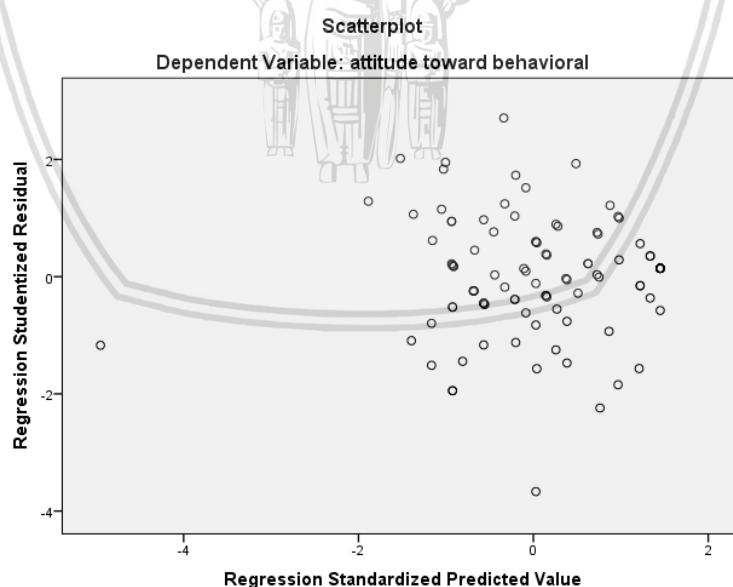
2. Variabel Dependen PU



**Gambar 4.4 Scatter Plot Variabel Dependen Perceived Usefulness**

Berdasar gambar 4.4 diatas titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ditemukannya pola tertentu. Maka disimpulkan bahwa pada data penelitian dengan variabel dependen PU tidak terjadi heterokedastisitas.

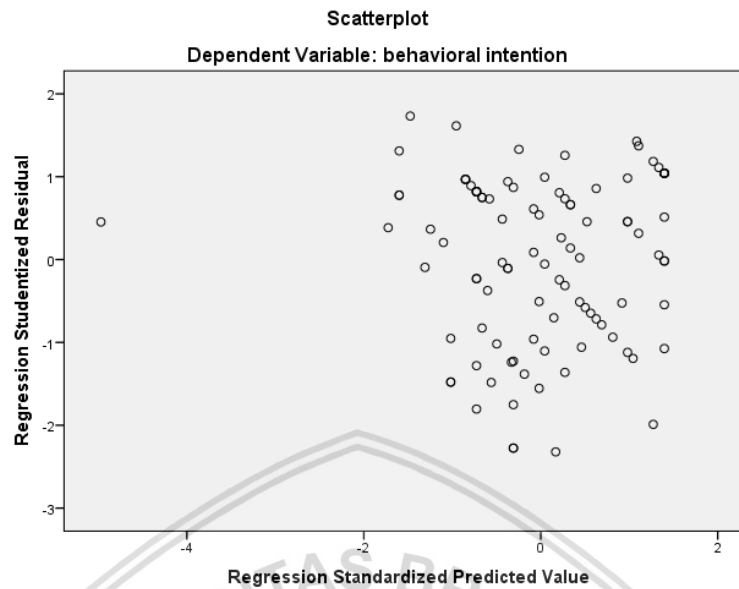
3. Variabel Dependen ATB



**Gambar 4.5 Scatter Plot Variabel Dependen Attitude Toward Using**

Berdasar gambar 4.5 diatas titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ditemukannya pola tertentu. Maka disimpulkan bahwa pada data penelitian dengan variabel dependen ATB tidak terjadi heterokedastisitas.

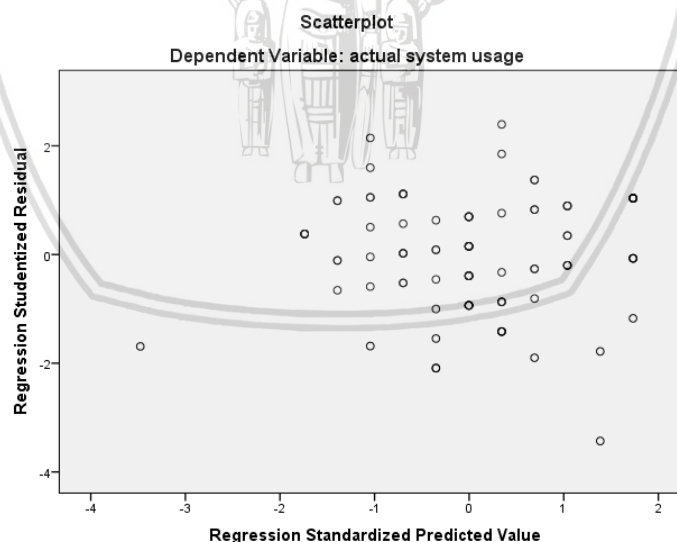
4. Variabel Dependen BI



**Gambar 4.6 Scatter Plot Variabel Dependen *Behavioral intention to use***

Berdasar gambar 4.6 diatas titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ditemukannya pola tertentu. Maka disimpulkan bahwa pada data penelitian dengan variabel dependen BI tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Variabel Dependen ASU



**Gambar 4.7 Scatter Plot Variabel Dependen Actual System Usage**

Berdasar gambar 4.7 diatas titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ditemukannya pola tertentu. Maka disimpulkan bahwa pada data penelitian dengan variabel dependen ASU tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4.6.3 Analisis Regresi Linier

Pada penelitian ini terdapat variabel dependen dan independen. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dan independen dilakukan analisis regresi linear. Analisis regresi linear menggunakan variabel dependen (Y) yang terdiri dari konstanta (a) ditambah koefisien regresi (b) yang dikali dengan variabel independen (X) atau dapat dikatakan  $Y = a + b_1X_1 + \dots + b_nX_n$ .

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis regresi linear sederhana sebanyak 2 kali dan analisis regresi linear berganda sebanyak 3 kali yaitu variabel EV terhadap PEOU.

1. Variabel EV terhadap variabel PEOU – sederhana

**Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear EV terhadap PEOU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai
Perceived Ease of Use	Constant	7.573
	Eksternal Variable	0.576

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.15 dengan Y merupakan *Perceived Ease of Use* dan  $X_1$  merupakan *External Variable* maka didapatkan persamaan regresi  $Y = 7.573 + 0.7567X_1$ .

*Constant* sebesar 7.537 menandakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan atau dapat dikatakan tidak mengalami kenaikan, maka *Perceived Ease of Use* pengguna terhadap Nom-Nom sebesar 7.573.

Koefisien regresi *eksternal variable* ( $X_1$ ) sebesar 0.756 menyatakan bahwa setiap faktor *eksternal variable* mengalami kenaikan, maka *Perceived Ease of Use* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.756. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *eksternal variable* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *eksternal variable* dari pengguna akan semakin menaikkan tingkat *Perceived Ease of Use* pengguna.

2. Variabel BI terhadap variabel ASU – sederhana

**Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear BI terhadap ASU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai
Actual System Usage	Constant	4.507
	Behavioral Intention	0.881

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.16 dengan Y merupakan *Behavioral intention to use* dan  $X_1$  merupakan *Actual System Usage* maka didapatkan persamaan regresi  $Y = 4.507 + 0.881X_1$ .



*Constant* sebesar 4.507 menandakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan atau dapat dikatakan tidak mengalami kenaikan, maka *Actual System Usage* pengguna terhadap Nom-Nom sebesar 4.507.

Koefisien regresi *Behavioral intention to use* ( $X_1$ ) sebesar 0.881 menyatakan bahwa setiap faktor *Behavioral intention to use* mengalami kenaikan, maka *Actual System Usage* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.881. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *Behavioral intention to use* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *Behavioral intention to use* dari pengguna akan semakin menaikkan tingkat *Actual System Usage* pengguna.

### 3. Variabel EV dan PEOU terhadap variabel PU – berganda

**Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear EV & PEOU terhadap PU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai
Perceived Usefulness	Constant	4.678
	Perceived Ease of Use	0.576
	Eksternal Variable	0.227

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.17 dengan Y merupakan *Perceived Usefulness*,  $X_1$  merupakan *Perceived Ease of Use*  $X_2$  dan merupakan *External Variable* maka didapatkan persamaan regresi  $Y = 4.678 + 0.576X_1 + 0.227X_2$ .

*Constant* sebesar 4.678 menandakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan atau dapat dikatakan tidak mengalami kenaikan, maka *Perceived Usefulness* pengguna terhadap Nom-Nom sebesar 4.678

Koefisien *Perceived Ease of Use* ( $X_1$ ) sebesar 0.576 menyatakan bahwa setiap faktor *Perceived Ease of Use* mengalami kenaikan, maka *Perceived Usefulness* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.576. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *Perceived Ease of Use* dari pengguna akan semakin menaikkan tingkat *Perceived Usefulness* pengguna.

Koefisien regresi *Eksternal Variable* ( $X_2$ ) sebesar 0.227 menyatakan bahwa setiap faktor *Eksternal Variable* mengalami kenaikan, maka *Perceived Usefulness* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.227. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *Eksternal Variable* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *Eksternal Variable* dari pengguna akan semakin menaikkan tingkat *Perceived Usefulness* pengguna.

4. Variabel PU dan PEOU variabel ATB – berganda

**Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear PU & PEOU terhadap ATB**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai
Attitude Toward Behavioral	Constant	1.963
	Perceived Usefulness	0.294
	Perceived Ease of Use	0.616

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.18 dengan Y merupakan *Attitude Toward Using*,  $X_1$  merupakan *Perceived Usefulness*  $X_2$  dan merupakan *Perceived Ease of Use* maka didapatkan persamaan regresi  $Y = 1.963 + 0.294X_1 + 0.616X_2$ .

*Constant* sebesar 1.963 menandakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan atau dapat dikatakan tidak mengalami kenaikan, maka *Attitude Toward Using* pengguna terhadap Nom-Nom sebesar 1.963.

Koefisien *Perceived Usefulness* ( $X_1$ ) sebesar 0.294 menyatakan bahwa setiap faktor *Perceived Usefulness* mengalami kenaikan, maka *Attitude Toward Using* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.294. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *Perceived Usefulness* dari pengguna akan semakin menaikkan tingkat *Attitude Toward Using* pengguna.

Koefisien regresi *Perceived Ease of Use* ( $X_2$ ) sebesar 0.616 menyatakan bahwa setiap faktor *Perceived Ease of Use* mengalami kenaikan, maka *Attitude Toward Using* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.616. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *Perceived Ease of Use* dari pengguna akan semakin menaikkan tingkat *Attitude Toward Using* pengguna.

5. Variabel PU dan ATB terhadap variabel BI – berganda

**Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear PU & ATB terhadap BI**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai
Behavioral Intention	Constant	-0.339
	Perceived Usefulness	0.135
	Attitude Toward Behavioral	0.630

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.19 dengan Y merupakan *Behavioral intention to use*,  $X_1$  merupakan *Perceived Usefulness*  $X_2$  dan merupakan *Attitude Toward Using* maka didapatkan persamaan regresi  $Y = -0.339 + 0.135X_1 + 0.630X_2$ .

*Constant* sebesar -0.339 menandakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan atau dapat dikatakan tidak mengalami kenaikan, maka *Behavioral intention to use* pengguna terhadap Nom-Nom sebesar -0.339.

Koefisien *Perceived Usefulness* ( $X_1$ ) sebesar 0.135 menyatakan bahwa setiap faktor *Perceived Usefulness* mengalami kenaikan, maka *Behavioral intention to use* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.135. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *Perceived Usefulness* dari pengguna akan semakin menaikkan tingkat *Behavioral intention to use* pengguna.

Koefisien regresi *Attitude Toward Using* ( $X_2$ ) sebesar 0.630 menyatakan bahwa setiap faktor *Attitude Toward Using* mengalami kenaikan, maka *Behavioral intention to use* pengguna terhadap Nom-Nom mengalami kenaikan sebesar 0.630. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif. Semakin tinggi *Attitude Toward Using* dari pengguna, semakin meningkatkan *Behavioral intention to use* pengguna.

#### 4.6.3.2 Uji T

Uji T dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel independen menerangkan variabel dependen secara individual. Pengujian ini, menguji signifikansi hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Jika nilai signifikansi  $t > 0.05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis ditolak. Apabila nilai signifikansi  $t < 0.05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, maka hipotesis diterima.

Perhitungan Uji T dipengaruhi oleh  $t$  tabel dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ), jumlah sampel ( $n$ ), dan variabel bebas ( $k$ ) yang menghasilkan rumus  $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$ . Pada penelitian ini terdapat 5 Uji T yaitu pengujian variabel EV terhadap variabel PEOU, variabel EV dan PEOU terhadap variabel PU, variabel PU dan PEOU variabel ATB, variabel PU dan ATB terhadap variabel BI dan variabel BI terhadap variabel ASU.

##### 1. Variabel EV terhadap variabel PEOU

**Tabel 4.20 Hasil Uji T EV terhadap PEOU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai T	Signifikansi
Perceived Ease of Use	Eksternal Variable	9.402	0.00

$$t_{tabel} = t(0.05/2 ; 100 - 1 - 1)$$

$$= t(0.025 ; 98) = 1.985$$

Berdasarkan pada tabel 4.20 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran I, hasil uji T terhadap *Perceived Ease of Use* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel *Eksternal Variabel* adalah 0.00 sehingga  $< 0.05$ . Nilai *t* hitung adalah 9.402 sehingga  $> 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H2** dapat **diterima**, dimana variabel *Eksternal Value* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Perceived Ease of Use*.

## 2. Variabel EV dan PEOU terhadap variabel PU

**Tabel 4.21 Hasil Uji T EV & PEOU terhadap PU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai T	Signifikansi
Perceived Ease of Use	Eksternal Variable	9.402	0.00

$$t \text{ tabel} = t(0.05/2 ; 100 - 2 - 1)$$

$$= t(0.025 ; 97) = 1.985$$

Berdasarkan tabel 4.21 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran I, hasil uji T *Perceived usefulness* diketahui nilai signifikansi untuk variabel *Eksternal Variabel* adalah 0.034 sehingga  $< 0.05$ . Nilai *t* hitung adalah 2.416 sehingga  $> 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H1** dapat **diterima**, dimana variabel *Eksternal Value* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Perceived usefulness*.

Nilai signifikansi untuk variabel *Perceived Ease of Use* adalah 0.00 sehingga  $< 0.05$ . Nilai *t* hitung adalah 5.987 sehingga  $> 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H3** dapat **diterima**, dimana variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Perceived usefulness*.

## 3. Variabel PU dan PEOU variabel ATB

**Tabel 4.22 Hasil Uji T PU & PEOU terhadap ATB**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai T	Signifikansi
Attitude Toward Behavioral	Perceived Usefulness	4.359	0.00
	Perceived Ease of Use	9.101	0.00

$$t \text{ tabel} = t(0.05/2 ; 100 - 2 - 1)$$

$$= t(0.025 ; 97) = 1.985$$

Berdasarkan pada tabel 4.22 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran I, hasil uji T terhadap *Attitude Toward Using* dapat

diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel *Perceived Ease of Use* adalah 0.000 sehingga  $< 0.05$ . Nilai *t* hitung adalah 9.101 sehingga  $> 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H4** dapat **diterima**, dimana variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Attitude Toward Using*.

Nilai signifikansi untuk variabel *Perceived Usefulness* adalah 0.000 sehingga  $< 0.05$ . Nilai *t* hitung adalah 4.359 sehingga  $> 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H5** dapat **diterima**, dimana variabel *Perceived usefulness* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Attitude Toward Using*.

#### 4. Variabel PU dan ATB terhadap variabel BI

**Tabel 4.23 Hasil Uji T PU & ATB terhadap BI**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai T	Signifikansi
Behavioral Intention	Attitude Toward Behavioral	6.227	0.000
	Perceived Usefulness	1.380	0.171

$$t \text{ tabel} = t(0.05/2 ; 100 - 2 - 1)$$

$$= t(0.025 ; 97) = 1.985$$

Berdasarkan pada tabel 4.23 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran I, hasil uji T terhadap *Behavioral intention to use* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel *Perceived usefulness* adalah 0.171 sehingga  $< 0.05$ . Nilai *t* hitung adalah 1.380 sehingga  $< 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H6** dapat **ditolak**, dimana variabel *Perceived usefulness* tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Behavioral intention to use*.

Nilai signifikansi untuk variabel *Attitude Toward Using* adalah 0.000 sehingga  $< 0.05$ . Nilai *t* hitung adalah 6.227 sehingga  $> 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H7** dapat **diterima**, dimana variabel *Attitude Toward Using* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Behavioral intention to use*.

#### 5. Variabel BI terhadap variabel ASU

**Tabel 4.24 Hasil Uji T BI terhadap ASU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nilai T	Signifikansi
Actual System Usage	Behavioral Intention	4.359	0.00

$$t \text{ tabel} = t(0.05/2; 100-1-1)$$

$$= t(0.025; 98) = 1.985$$



Berdasarkan pada tabel 4.23 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran I, hasil uji T terhadap *Actual System Usage* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel *Behavioral intention to use* adalah 0.000 sehingga  $< 0.05$ . Nilai t hitung adalah 13.662 sehingga  $< 1.985$ . Maka dapat disimpulkan bahwa **H8** dapat **diterima**, dimana variabel *Behavioral intention to use* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Actual System Usage*.

#### 4.6.3.3 Uji F

Uji F dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel-variabel independen menerangkan variabel dependen secara simultan. Pengambilan keputusan dalam uji ini adalah dengan membandingkan signifikansi F hitung dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika probabilitas nilai F atau signifikansi  $> 0.05$  atau F hitung  $< F$  tabel maka hipotesis ditolak.
- Jika probabilitas nilai F atau signifikansi  $< 0.05$  atau F hitung  $> F$  tabel maka hipotesis diterima.

Uji F dipengaruhi oleh F tabel. Nilai F tabel dapat dilihat dari df pembilang yang merupakan jumlah variabel bebas (k) dan df penyebut yang merupakan hasil dari jumlah data (n) dikurangi jumlah variabel bebas yang dihitung (k). Penelitian ini menguji signifikansi hubungan variabel independen dengan variabel dependen dengan Uji F sebanyak 3 kali yaitu pengujian Variabel EV dan PEOU terhadap variabel PU, Variabel PU dan PEOU variabel ATB dan Variabel PU dan ATB terhadap variabel BI.

- Variabel EV dan PEOU terhadap variabel PU

**Tabel 4.25 Hasil Uji F EV & PEOU terhadap PU**

Variabel Dependen	Variabel Independen	df (pembilang)	df (penyebut)	Nilai F	Signifikansi
Perceived Usefulness	Eksternal Variable	2	97	55.295	0.00
	Perceived Ease of Use				

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.25 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran J, dapat dilihat bahwa F hitung menunjukkan angka 55.295, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan menggunakan signifikansi 5%. Didapatkan df pembilang (2) dan df penyebut (97) maka pada tabel F akan diperoleh 3.09.

Karena nilai signifikansi (0.000)  $< 0.05$  dan F hitung (55.295)  $> F$  tabel (3.09) maka **H9** dapat **diterima**. Berarti variabel *External Variable* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara simultan terhadap variabel *Perceived Usefulness*.



## 2. Variabel PU dan PEOU variabel ATB

**Tabel 4.26 Hasil Uji F PU & PEOU terhadap ATB**

Variabel Dependen	Variabel Independen	df (pembilang)	df (penyebut)	Nilai F	Signifikansi
Attitude Toward Behavioral	Perceived Ease of Use	2	97	161.944	0.00
	Perceived Usefulness				

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.26 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran J, dapat dilihat bahwa F hitung menunjukkan angka 161.944, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan menggunakan signifikansi 5%. Didapatkan df pembilang (2) dan df penyebut (97) maka pada tabel F akan diperoleh 3.09.

Karena nilai signifikansi (0.000) < 0.05 dan F hitung (161.944) > F tabel (3.09) maka **H10** dapat **diterima**. Berarti variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara simultan terhadap variabel *Attitude Toward Using*.

## 3. Variabel PU dan ATB terhadap variabel BI

**Tabel 4.27 Hasil Uji F PU & ATB terhadap BI**

Variabel Dependen	Variabel Independen	df (pembilang)	df (penyebut)	Nilai F	Signifikansi
Behavioral Intention	Perceived Usefulness	2	97	66.827	0.00
	Attitude Toward Behavioral				

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.26 yang merupakan hasil yang diperoleh dari *output* SPSS dalam Lampiran J, dapat dilihat bahwa F hitung menunjukkan angka 62.827, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan menggunakan signifikansi 5%. Didapatkan df pembilang (2) dan df penyebut (97) maka pada tabel F akan diperoleh 3.09.

Karena nilai signifikansi (0.000) < 0.05 dan F hitung (62.827) > F tabel (3.09) maka **H11** dapat **diterima**. Berarti variabel *Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using* berpengaruh secara simultan terhadap variabel *Behavioral intention to use*.

#### 4.6.3.4 Uji Determinasi Koefisien

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen diperlukan Uji Determinasi. Dalam Uji Determinasi dihitung nilai R dan Nilai R *square*. Berikut adalah Uji Determinasi yang telah dilakukan:

**Tabel 4.28 Hasil Uji Determinasi Koefisien**

No	Variabel Independen	Variabel Dependen	R	R Square	Adjusted R Square
1	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Behaviora Intention to use</i>	0.751	0.564	0.555
	<i>Attitude Toward Using</i>				
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	0.730	0.533	0.523
	<i>External Variable</i>				
3	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Attitude Toward Using</i>	0.877	0.770	0.765
	<i>Perceived Ease of Use</i>				

Berdasarkan pengolahan data yang disajikan pada tabel 4.28 uji determinasi koefisien pertama menunjukkan nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0.555 atau (adjusted R<sup>2</sup> x 100%) yaitu sebesar 55.5%. Hal ini menjelaskan jika variabel *Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using* dapat memengaruhi variabel *Behaviora Intention to use* sebesar 55.5% dengan sisanya sebesar 44.5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai R menjelaskan besarnya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R sebesar 0.751 menunjukkan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang baik, karena nilai R mendekati 1, maka dapat dikatakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin kuat.

Untuk uji determinasi koefisien kedua menunjukkan nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0.523 atau (adjusted R<sup>2</sup> x 100%) yaitu sebesar 52.3%. Hal ini menjelaskan jika variabel *Perceived Ease of Use* dan *External Variable* dapat memengaruhi variabel *Perceived Usefulness* sebesar 52.3% dan sedangkan sisanya sebesar 47.7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai R menjelaskan besarnya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R sebesar 0.730 menunjukkan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang cukup baik, karena nilai R mendekati 1, maka dapat dikatakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin kuat.

Selanjutnya uji determinasi koefisien ketiga menunjukkan nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0.765 atau (adjusted R<sup>2</sup> x 100%) yaitu sebesar 76.5%. Hal ini menjelaskan jika variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* dapat memengaruhi variabel *Attitude Toward Using* sebesar 76.5% dan sedangkan sisanya sebesar 23.5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak

digunakan dalam penelitian ini. Nilai R menjelaskan besarnya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R sebesar 0.877 menunjukkan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang cukup baik, karena nilai R mendekati 1, maka dapat dikatakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin kuat.

#### 4.7 Pengujian Hipotesis

Pada Tabel 4.29 merupakan rumusan hipotesis yang diperoleh berdasarkan variabel dependen dan independen yang ada pada model penelitian.

**Tabel 4.29 Hasil Pengujian Hipotesis**

	Hipotesis	Hasil
H1	terdapat hubungan positif antara variabel <i>External Variable</i> (EV) secara parsial terhadap variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	Diterima
H2	terdapat hubungan positif antara variabel <i>External Variable</i> (EV) secara parsial terhadap variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	Diterima
H3	terdapat hubungan positif antara variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) secara parsial terhadap variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	Diterima
H4	terdapat hubungan positif antara variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) secara parsial terhadap variabel <i>Attitude Toward Using</i> (ATB)	Diterima
H5	terdapat hubungan positif antara variabel <i>External Variable</i> (EV) secara parsial terhadap variabel <i>Attitude Toward Using</i> (ATB)	Diterima
H6	terdapat hubungan positif antara variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU) secara parsial terhadap variabel <i>Behavioral intention to use</i> (BI)	Ditolak
H7	terdapat hubungan positif antara variabel <i>Attitude Toward Using</i> (ATB) secara parsial terhadap variabel <i>Behavioral intention to use</i> (BI)	Diterima
H8	terdapat hubungan positif antara variabel <i>Behavioral intention to use</i> (BI) secara parsial terhadap variabel <i>Actual System Usage</i> (ASU)	Diterima
H9	terdapat hubungan positif antara variabel <i>External Variable</i> (EV) dan <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) secara simultan terhadap variabel <i>Perceived</i>	Diterima

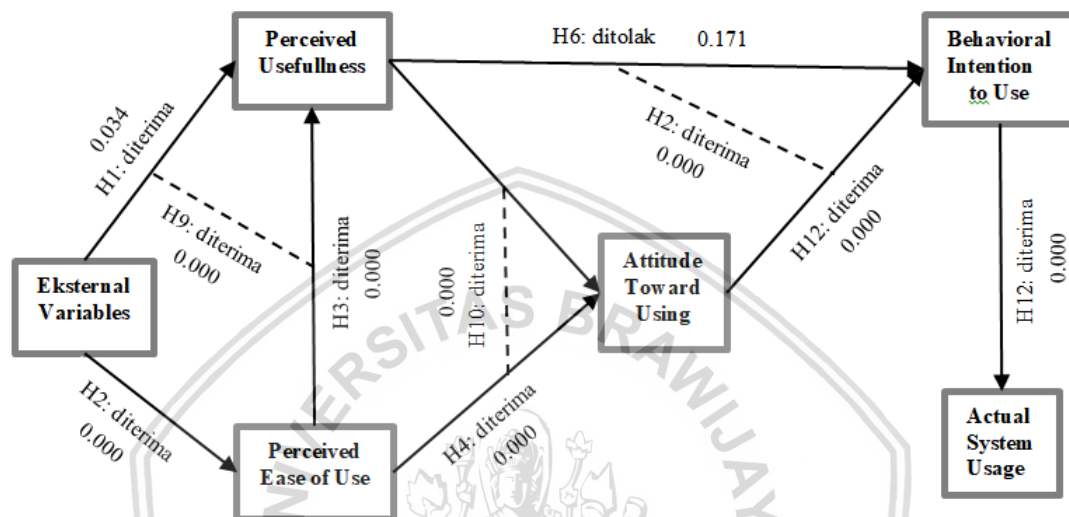
	Hipotesis	Hasil
	<i>Usefulness</i> (PU)	
H10	terdapat hubungan positif antara variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU) dan <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) secara simultan terhadap variabel <i>Attitude Toward Using</i> (ATB)	Diterima
H11	terdapat hubungan positif antara variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU) dan <i>Attitude Toward Using</i> (ATB) secara simultan terhadap variabel <i>Behavioral intention to use</i> (BI)	Diterima



## BAB 5 PEMBAHASAN

### 5.1 Hasil Penelitian

Setelah dilakukannya pengujian data maka dilakukan analisis data. Berdasar dengan hasil pengujian, dapat diketahui hasil dari rumusan hipotesis yang disusun sebelumnya. Kekuatan hubungan antar variabel dapat dilihat dalam Gambar 5.1.



Gambar 5.1 Hasil Penelitian

Gambar 5.1 merupakan gambar hasil penelitian yang telah dilakukan. Gambar 5.1 adalah pengembangan gambar 4.1 yang disesuaikan untuk menunjukkan keterangan hasil penelitian berupa nilai signifikansi pernyataan diterima atau ditolaknya hipotesis tersebut.

Berdasarkan gambar 5.1, diketahui jika hasil hipotesis pada gambar tersebut menunjukkan hubungan antar variabel yang memiliki nilai sig <0.05 dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis dapat diterima, begitupun sebaliknya. Didapatkan hasil dengan hanya satu hipotesis yang ditolak yaitu H6 dengan nilai sig 0.171, yang berarti lebih dari 0.05.

### 5.2 Pembahasan Hipotesis

#### 1. Hipotesis 1

Dari hasil pengujian hipotesis 1 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor dari luar merupakan faktor yang memengaruhi persepsi tentang manfaat dari aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna terpengaruh faktor-faktor dari luar dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna mudah untuk memahami manfaat dari aplikasi Nom-Nom.

Hubungan positif ditunjukkan dengan persamaan garis regresi yaitu  $Y = 4.678 + 0.227X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien X sebesar 0.277.

Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji t didapatkan bahwa nilai t hitung sebesar 2.146 dan nilai t tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

## 2. Hipotesis 2

Dari hasil pengujian hipotesis 2 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor dari luar merupakan faktor yang memengaruhi persepsi tentang kemudahan dari aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna terpengaruh faktor-faktor dari luar dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna mendapatkan kemudahan dari aplikasi Nom-Nom.

Hubungan positif ditunjukkan dengan persamaan garis regresi yaitu  $Y = 7.573 + 0.756X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien X sebesar 0.756. Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji t didapatkan bahwa nilai t hitung sebesar 9.402 dan nilai t tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

## 3. Hipotesis 3

Dari hasil pengujian hipotesis 3 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor yang memengaruhi persepsi tentang manfaat dari aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa mendapatkan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna mudah untuk memahami manfaat dari aplikasi Nom-Nom.

Hubungan positif ditunjukkan dengan persamaan garis regresi yaitu  $Y = 4.678 + 0.576X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien X sebesar 0.576. Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji t didapatkan bahwa nilai t hitung sebesar 5.987 dan nilai t tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

## 4. Hipotesis 4

Dari hasil pengujian hipotesis 4 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor yang memengaruhi sikap dalam penggunaan aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa mendapatkan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna dapat bersikap dan memiliki ketertarikan untuk menggunakan aplikasi Nom-Nom.

Hubungan positif ditunjukkan dengan persamaan garis regresi yaitu  $Y = 1.963 + 0.616X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien X sebesar 0.616. Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji t didapatkan bahwa nilai t hitung sebesar 9.101 dan nilai t tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini



menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

#### 5. Hipotesis 5

Dari hasil pengujian hipotesis 5 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi tentang manfaat merupakan faktor yang memengaruhi sikap dalam penggunaan aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa mendapatkan manfaat dan peningkatan kinerja dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna dapat bersikap dan memiliki ketertarikan untuk menggunakan aplikasi Nom-Nom.

Hubungan positif ditunjukkan dengan persamaan garis regresi yaitu  $Y = 1.963 + 0.294X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien  $X$  sebesar 0.294. Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji  $t$  didapatkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 4.359 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

#### 6. Hipotesis 6

Dari hasil pengujian hipotesis 6 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi tentang manfaat bukan merupakan faktor yang memengaruhi kebiasaan atau niat dalam penggunaan aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa mendapatkan manfaat dan peningkatan kinerja dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom namun pengguna kurang dapat menentukan keinginan untuk melakukan suatu perilaku dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom.

Hubungan negatif ditunjukkan pada persamaan garis regresi yaitu  $Y = -0.339 + 0.113X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien  $X$  sebesar 0.113. Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji  $t$  didapatkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 1.380 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih kecil daripada  $t$  tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

#### 7. Hipotesis 7

Dari hasil pengujian hipotesis 7 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap dalam penggunaan merupakan faktor yang memengaruhi kebiasaan atau niat dalam penggunaan aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa dapat bersikap dan memiliki ketertarikan dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna dapat menentukan keinginan untuk melakukan suatu perilaku dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom.

Hubungan positif ditunjukkan pada persamaan garis regresi yaitu  $Y = -0.339 + 0.630X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien  $X$  sebesar 0.630. Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji  $t$  didapatkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 6.227 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini

menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

#### 8. Hipotesis 8

Dari hasil pengujian hipotesis 8 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa kebiasaan atau niat merupakan faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi sesungguhnya dalam penggunaan aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa dapat menentukan keinginan untuk melakukan suatu perilaku dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna dapat menggunakan teknologi aplikasi Nom-Nom dengan sesungguhnya.

Hubungan positif ditunjukkan dengan persamaan garis regresi yaitu  $Y = 4.507 + 0.881X$ , dalam persamaan ini menunjukkan bahwa koefisien  $X$  sebesar 0.881. Kemudian pada uji signifikansi dengan menggunakan uji  $t$  didapatkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 13.662 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1.985 dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

#### 9. Hipotesis 9

Dari hasil pengujian hipotesis 9 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor dari luar sekaligus persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor yang memengaruhi persepsi tentang manfaat dari aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna terpengaruh faktor-faktor dari luar serta merasa mendapatkan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna mudah untuk memahami manfaat dari aplikasi Nom-Nom.

Hubungan atau pengaruh ditunjukkan dengan uji signifikansi dengan uji  $F$ . Dimana hasil uji  $F$  didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.00 dan  $F$  hitung sebesar 55.295, kemudian nilai  $F$  tabel didapatkan sebesar 3.09. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan taraf signifikan 5% nilai signifikan kurang dari 0.05 kemudian nilai  $F$  hitung lebih besar daripada  $F$  tabel.

#### 10. Hipotesis 10

Dari hasil pengujian hipotesis 10 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi tentang manfaat sekaligus persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor yang memengaruhi sikap dalam penggunaan aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa mendapatkan kemudahan serta manfaat dan peningkatan kinerja dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna dapat bersikap dan memiliki ketertarikan untuk menggunakan aplikasi Nom-Nom.

Hubungan atau pengaruh ditunjukkan dengan uji signifikansi dengan uji  $F$ . Dimana hasil uji  $F$  didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.00 dan  $F$  hitung sebesar 161.944, kemudian nilai  $F$  tabel didapatkan sebesar 3.09. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan taraf signifikan 5% nilai signifikan kurang dari 0.05 kemudian nilai  $F$  hitung lebih besar daripada  $F$  tabel.

### 11. Hipotesis 11

Dari hasil pengujian hipotesis 7 yang diterima sesuai dengan tabel 4.29, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi tentang manfaat sekaligus sikap dalam penggunaan merupakan faktor yang memengaruhi kebiasaan atau niat dalam penggunaan aplikasi Nom-Nom secara signifikan. Pengguna merasa mendapatkan manfaat dan peningkatan kinerja serta dapat bersikap dan memiliki ketertarikan dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom sehingga pengguna dapat menentukan keinginan untuk melakukan suatu perilaku dalam menggunakan aplikasi Nom-Nom.

Hubungan atau pengaruh ditunjukkan dengan uji signifikansi dengan uji F. Dimana hasil uji F didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.00 dan F hitung sebesar 62.827, kemudian nilai F tabel didapatkan sebesar 3.09. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan taraf signifikan 5% nilai signifikan kurang dari 0.05 kemudian nilai F hitung lebih besar daripada F tabel.

### 5.3 Hasil Penjualan Produk

Setelah diluncurkan aplikasi *mobile* Nom-Nom pelanggan dapat melihat dan memesan produk Nom-Nom Café menggunakan aplikasi Nom Nom. Untuk dapat melihat korelasi antara aplikasi *mobile* yang sudah diterapkan pada Nom-Nom terhadap jumlah penjualan produk Nom-Nom dilakukan perekapan dan analisis hasil penjualan terhitung sejak diluncurkannya aplikasi *mobile* ini. Data penjualan didapatkan dengan melihat hasil rekap data penjualan dari Nom-Nom sendiri.

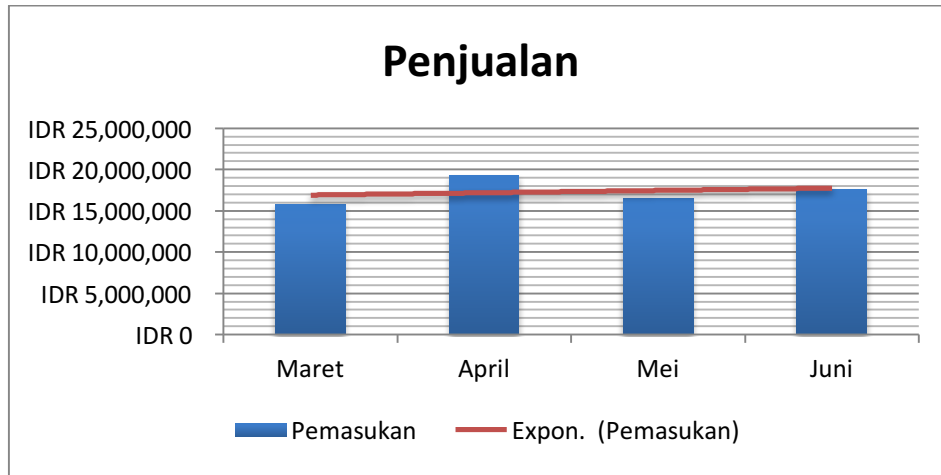
**Tabel 5.1 Hasil Penjualan**

Bulan	Penjualan <i>Offline</i>	Penjualan <i>Online</i>	Total Penjualan	Keterangan
Maret	Rp.15,892,000	-	Rp.15,892,000	Proses implementasi aplikasi
April	Rp.18,576,000	Rp.788,000	Rp.19,364,000	Penggunaan aplikasi bulan ke-1
Mei	Rp.16,129,000	Rp.420,000	Rp.16,549,000	Penggunaan aplikasi bulan ke-2
Juni	Rp.17,028,000	Rp.651,000	Rp.17,679,000	Penggunaan aplikasi bulan ke-3
<b>Rata-rata</b>	<b>Rp.16,906,250</b>	<b>Rp.619,667</b>	<b>Rp.17,371,000</b>	

Tabel 5.1 menjabarkan hasil penjualan sebelum dan sesudah diimplementasikannya aplikasi *mobile* Nom-Nom. Terlihat keterangan pada bulan Maret merupakan waktu dimana proses implementasi dilakukan dan bulan April dan seterusnya merupakan momen penggunaan aplikasi oleh pengguna.

Dari tabel 5.1 juga terlihat hasil penjualan produk melalui aplikasi. Terlihat terdapat peningkatan penjualan terutama saat penggunaan bulan pertama aplikasi. Penjualan yang dihasilkan dari penggunaan aplikasi berkisar diatas Rp.400,000 dengan rata-rata Rp. 619,667. Hal ini menerangkan bahwa terdapat pengguna yang menggunakan aplikasi untuk memesan produk Nom-Nom Café dan memberikan pemasukan lebih untuk Nom-Nom café.

Maka berdasar tabel diatas untuk melihat trend penjualan dapat dibuat chart penjualan yang bisa dilihat dalam Gambar 5.2.:



**Gambar 5.2 Chart Trend Penjualan**

Dari gambar 5.2 terlihat penjualan dari bulan Maret (sebelum ada aplikasi) menuju bulan April (penggunaan aplikasi bulan pertama) mengalami peningkatan. Dan garis merah yang merupakan *trendline* penjualan menunjukkan kecenderungan bahwa penjualan dari sebelum implementasi aplikasi (Maret) sampai setelah penggunaan implementasi mengalami kenaikan.

Perhitungan rata-rata penjualan café tanpa aplikasi (Maret-Juni) adalah Rp.16,906,250. Sedangkan rata-rata penjualan café dengan aplikasi (Maret-Juni) menjadi Rp.17,371,000. Maka dengan menggunakan aplikasi Nom-Nom café ini rata-rata penjualan meningkat sebesar Rp.619,667.

## BAB 6 PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) pada aplikasi *mobile* Nom-Nom menggunakan enam variabel yaitu *External Variable*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, *Behavioral intention to use* dan *Actual System Usage* adalah dilakukannya pengujian terhadap sebelas hipotesis. Dari sebelas hipotesis hanya satu hipotesis yang ditolak yaitu persepsi tentang manfaat bukan merupakan faktor yang memengaruhi kebiasaan atau niat dalam penggunaan aplikasi secara signifikan atau hipotesis ke enam. Maka dapat diambil kesimpulan sesuai dengan tujuan TAM sendiri bahwa persepsi pengguna terhadap aplikasi *mobile* Nom-Nom mempengaruhi sikap penggunaannya. Persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan merupakan suatu kepercayaan terhadap aplikasi *mobile* Nom-Nom yang mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi *mobile* Nom-Nom tersebut.
2. Data penjualan pada saat sebelum implementasi aplikasi dan sesudah implementasi aplikasi mengalami kenaikan. Data menunjukkan adanya trend kenaikan dari bulan Maret (sebelum implementasi) sampai bulan Juni (penggunaan bulan ke-3). Rata-rata penjualan meningkat sebesar 4%. Maka dapat dikatakan bahwa aplikasi *mobile* Nom-Nom café meningkatkan penjualan café.

### 6.2 Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat digunakan model penelitian lain untuk mengetahui faktor-faktor selain *Technology Acceptance Model* (TAM). Sehingga dapat mengetahui faktor lain yang memengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* Nom-Nom ini.
2. Model penelitian digarapkan dapat digunakan untuk studi kasus lain dan untuk menganalisis pengguna lebih lanjut seperti mengkolaborasikan konsep lain dari bidang ilmu ekonomi, psikologi, sosial atau bidang lain.
3. Aplikasi *Mobile* Nom-Nom berperan sebagai pembantu operasional dan pemasaran produk. Hasil penjualan merupakan hasil penjualan tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi. Maka perlu dilakukan penelitian lanjut yang menunjukkan bahwa aplikasi menjamin terjadinya kenaikan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2009. *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BRPFE-Yogyakarta
- Anonymous. Menenal Android Studio. [online] Tersedia di: <https://developer.android.com/studio/intro/index.html?hl=id> [Diakses 5 Oktober 2016]
- Arikunto., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bhilawa, Loggar. 2010. *Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal Dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Chuttur, Mohammad. 2009. "Overview of The Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions." *Sprouts, Working Papers on Information Systems*, Vol.9 No.37. [online] Tersedia di: <http://sprouts.aisnet.org/9-37> [diakses 17 Juli 2017].
- Davis, Fred D., et. al. 1989. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." *Management Science*, 35 (8), p.982-1002.
- Davis, Fred D. 1986. "Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System Theory and Results" *Dissertation*. Massachusetts Institute of Technology (MIT).
- Devie. 2003. *Strategi Keuangan Matriks : Alat Bantu Keputusan Investasi dan Pembiayaan*. Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol.15 No.1 (58-77).
- Deitana, T. 2011. *Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham*. Jakarta . *Jurnal Bisnis dan Akuntansi STIE Trisaksi*. Vol 13 No. 1. Vol. 13 No.1 (57-66).
- Field, A. 2009. *Discovering Statistics Using SPSS Third Edition*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage Publications.
- Firdaus, Oktri Mohammad. 2013. *Efektivitas Penggunaan Smart Phone Dalam Mendukung Kegiatan Bisnis Pengusaha Muda Di Kota Bandung Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*. Bandung : Universitas Widyatama
- Gahtani, S.A. 2001. "The Applicability of TAM Outside North America: an Empirical Test in United Kingdom." *Information Resource Management Journal*, p.37-46.



- Gantini, Y. 2004. *Pengaruh Program Bina Keluarga Balita (BKB) Terhadap Pola Asuh Orang Tua*. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia. (repository.upi.edu).
- Gardner, Christina & Amoroso, Donald L. 2004. Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers. San Diego : San Diego State University.
- Garland, R. 1991. The Mid-Point on a Rating Scale: Is it Desirable?. Massey University.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesian Digital Association. 2015. *Daftar pengguna smartphone di Indonesia*. [online] Tersedia di <http://techno.okezone.com/read/2016/03/16/207/1337776/96-persen-pengguna-smartphone-tertinggi-ada-di-indonesia> [Diakses 6 Oktober 2016]
- Indrawati, T dan Suhendro. 2006. *Determinasi Capital Structure Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta Periode 2000-2004*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia. Vol.3 No. 1. (77-105).
- Kamel, Sherif dan Ahmed Hassan. 2003. *Assessing The Introduction of Electronic Banking in Egypt Using the Technology Acceptance Model*. IDEA Group Publishing (IGP).
- Kristin, D. Maya dan Wahyu, S. 2013. *Evaluasi Knowledge Management System di Kompas Gramedia Menggunakan Analisis Faktor*. Jakarta : Universitas Bina Nusantara. Vol.4 No.1. (151-161).
- Lee, Schneider & Shell. 2004. *Pengertian Mobile Application*. [online] Tersedia di <http://cloudindonesia.com/apa-itu-mobile-Application/> [Diakses 6 Oktober 2016]
- Portner, C.E. dan Naveen Donthu. 2006. "Using The Technology Acceptance Model to Explain How Attitudes Determine Internet Usage: The Role of Perceived Access, Barriers and Demographics" Journal of Business Research, Vol. 59, p.999-1007. [online] tersedia dalam <http://sciencedirect.com> [diakses 17 Juli 2017].
- Putra, KM. M., Wayan, C., Fridayanam Y. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada UD. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014*. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha. Vol.4.
- Rachmawati, R. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*. Universitas Negeri Semarang. Jurnal Kompetensi Teknik. Vol.2 NO.2.

- Schumacker, R. E and Richard, G. L. 2010. *A Beginner Guide To Structural Equation Modeling*. New York : Taylor and Francis Group.
- Sekaran, U., 2003. *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*. 4th ed. U.S.A: John Wiley and Sons, Inc.
- Singarimbun, M. & Effendi, S., eds., 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Siswanto, T. 2013. *Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*. Jurnal Liquidity. Vol.2 NO.1. (80-86).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Tahtinen, Jaana. 2006. *Mobile Advertising or Mobile Marketing. A Need for a New Concept?*.
- Wicaksono, B. S., Srikandi, M., Mawardi, M. K. 2015. *Pengaruh Self Technology Terhadap Kepercayaan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang)*. Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.25 No.2. ([administrasi.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasi.studentjournal.ub.ac.id)).

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN A ANGKET PENELITIAN

#### ANGKET PENELITIAN

#### ANALISIS PENERAPAN APLIKASI BERBASIS *MOBILE* PADA NOMNOM CAFE MALANG MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY* *ACCEPTANCE MODEL (TAM)*

Angket penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai penerimaan Aplikasi Berbasis *Mobile* pada Nomnom Cafe Malang dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi angket penelitian ini, saya sebagai peneliti mengucapkan terima kasih.

#### A. Identitas Responden

Nama Responden :

\_\_\_\_\_

Umur : \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

#### B. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pernyataan dengan memilih salah satu dari empat alternatif jawaban.
2. Jawablah pernyataan tersebut dengan cara memberi tanda cek [ ✓ ] atau silang [ x ] pada kolom jawaban yang telah disediakan.

#### C. Penilaian

1. Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*)

No.	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Menggunakan aplikasi NomNom dalam pekerjaan memungkinkan saya untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat				
2.	Menggunakan aplikasi NomNom				

No.	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
	akan meningkatkan kinerja saya				
3.	Menggunakan aplikasi NomNom meningkatkan produktivitas saya sebagai pengguna				
4.	Menggunakan aplikasi NomNom meningkatkan efektivitas pekerjaan saya sebagai pengguna				
5.	Menggunakan aplikasi NomNom membuat saya lebih mudah untuk menyelesaikan transaksi sebagai pengguna				
6.	Secara keseluruhan, saya merasa aplikasi NomNom berguna bagi Nomnom Cafe untuk meningkatkan kinerja				

2. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)

No.	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Mudah bagi saya untuk mengoperasikan aplikasi berbasis NomNom				
2.	Mudah bagi saya untuk mengoperasikan aplikasi NomNom sesuai dengan keinginan saya				
3.	Interaksi saya dengan aplikasi NomNom mudah dipahami				
4.	Saya merasa fleksibel untuk berinteraksi dengan aplikasi NomNom				
5.	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi NomNom				
6.	Secara keseluruhan, saya merasa aplikasi NomNom mudah digunakan				

3. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)

No.	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
-----	------------	---------------	--------	--------------	---------------------

1.	Aplikasi NomNom mudah dipelajari untuk saya gunakan				
2.	Saya merasa lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai Nomnom Cafe melalui aplikasi NomNom				
3.	Menu yang ada pada aplikasi NomNom jelas dan mudah dipahami untuk saya gunakan				
4.	Aplikasi NomNom memudahkan saya untuk mengakses informasi mengenai Nomnom Cafe dimana saja dan kapan saja				
5.	Saya dapat menggunakan aplikasi NomNom dengan mudah tanpa kendala apapun				
6.	Aplikasi NomNom mudah digunakan sebagai alat bantu untuk mengetahui informasi sebuah Cafe bagi saya				

4. Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)

No.	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Saya selalu berusaha menggunakan aplikasi NomNom kapanpun ketika sistem memiliki fitur yang dapat mempermudah saya dalam bertransaksi				
2.	Saya selalu berusaha menggunakan aplikasi NomNom pada sebanyak mungkin kesempatan				
3.	Saya berencana untuk menggunakan aplikasi NomNom di waktu yang akan datang				
4.	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi NomNom di waktu yang akan datang				
5.	Saya berharap penggunaan saya pada aplikasi NomNom akan terus menerus berlanjut di waktu yang akan datang				

5. Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

No.	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Saya mengakses aplikasi NomNom saat saya memerlukan informasi pemesanan				
2.	Saat saya akan berkunjung ke Nomnom Cafe, saya menyempatkan untuk melihat informasi pada aplikasi NomNom				
3.	Saya mengakses aplikasi NomNom hampir setiap hari				
4.	Saya mengakses aplikasi NomNom minimal rata-rata 10 menit setiap kali mengunjunginya				
5.	Secara keseluruhan saya puas dengan kinerja aplikasi NomNom				
6.	Saya menyampaikan kepuasan terhadap kinerja aplikasi NomNom kepada sesama rekan pebisnis lainnya				

6. *Eksternal Variabel*

No.	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Saya tidak mengalami masalah ketika menggunakan Handphone Android				
2.	Saya sering menggunakan software-software yang ada pada Handphone Android untuk mencari informasi suatu tempat				
3.	Aplikasi berbasis <i>Mobile</i> hanya memaksimalkan penggunaan <i>touchscreen</i> yang baik				
4.	Saya tidak mengalami masalah ketika menggunakan internet				
5.	Tutorial atau penjelasan dari peneliti memudahkan saya untuk cepat memahami aplikasi ini				



#### D. Saran

.....

.....

.....

.....

.....

Responden

(.....)

## LAMPIRAN B SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nanda Dwi Raharjo

NIM : 135150400111061s

Jurusan : Sistem Informasi

Telah melakukan wawancara mengenai data penjualan bulan Maret sampai dengan Juni 2017 pada Nom-Nom Café dan didapatkan data sebagai berikut:

Bulan	Penjualan langsung Outlet	Penjualan dengan Aplikasi	Total Penjualan
Maret	Rp.15,892,000		Rp.15,892,000
April	Rp.18,576,000	Rp.788,000	Rp.19,364,000
Mei	Rp.16,129,000	Rp.420,000	Rp.16,549,000
Juni	Rp.17,028,000	Rp.651,000	Rp.17,679,000

Dengan narasumber:

Nama : Nadia seci

Jabatan : Pemilik café nom-nom

Demikian surat keterangan ini saya buat dengan sebenar-benarnya sebagai bukti telah melakukan wawancara.

Malang, 10 Juli 2017

Narasumber



Nadia seci

Pewawancara



Nanda Dwi Raharjo

## LAMPIRAN C REKAP HASIL KUISONER

Umur	Jenis Kelamin	pu1	pu2	pu3	pu4	pu5	pu6	peou1	peou2	peou3	peou4	peou5	peou6	alb1	alb2	alb3	alb4	alb5	alb6	bi1	bi2	bi3	bi4	bi5	asu1	asu2	asu3	asu4	asu5	asu6	ev1	ev2	ev3	ev4	ev5			
22	Perempuan	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3		
22	Laki-laki	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4		
22	Perempuan	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	1	4	3	4	3	4	4	4	4		
22	Laki-laki	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	2	4	4	4	4	4	4		
21	Laki-laki	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
22	Laki-laki	4	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	3	2	4	3	4	3	3	
22	Laki-laki	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	1	3	3	2	4	4	4	4	4	4		
21	Laki-laki	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	3	2	4	3	4	3	3	
22	Laki-laki	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
21	Laki-laki	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	3	2	4	3	4	3	3	
22	Laki-laki	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	
21	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Umur	Jenis Kelamin	pu1	pu2	pu3	pu4	pu5	pu6	peou1	peou2	peou3	peou4	peou5	peou6	alb1	alb2	alb3	alb4	alb5	alb6	bi1	bi2	bi3	bi4	bi5	asu1	asu2	asu3	asu4	asu5	asu6	ev1	ev2	ev3	ev4	ev5	
22	Perempuan	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
22	Perempuan	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
20	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	
22	Perempuan	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	
21	Laki-laki	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	
26	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	2	
22	Laki-laki	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	
22	Perempuan	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	3	3	3	4	4	3	4	
22	Perempuan	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	1	3	4	3	2	1	3	3	3	4	4	3	4	
22	Perempuan	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	
18	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
21	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
23	Laki-laki	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
20	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	
22	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
31	Laki-laki	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
23	Laki-laki	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
30	Laki-laki	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
30	Laki-laki	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
35	Perempuan	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	3	4	4	4	4	4	4	
31	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	3	4	4	4	3	
30	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
39	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	Perempuan	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	Laki-laki	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	
49	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
26	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
23	Laki-laki	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	
25	Perempuan	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
21	Perempuan	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
23	Perempuan	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	

Umur	Jenis Kelamin	pu1	pu2	pu3	pu4	pu5	pu6	peou1	peou2	peou3	peou4	peou5	peou6	atb1	atb2	atb3	atb4	atb5	atb6	bt1	bt2	bt3	bt4	bt5	asu1	asu2	asu3	asu4	asu5	asu6	ev1	ev2	ev3	ev4	ev5	
25	Perempuan	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
20	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	
22	Laki-laki	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
18	Perempuan	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	2	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	4	
19	Perempuan	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	Perempuan	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	1	2	3	2	3	3	3	1	3	
22	Laki-laki	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
26	Laki-laki	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	
30	Perempuan	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	1	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
21	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	4	4	4	3	
23	Perempuan	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	3	
22	Laki-laki	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	
27	Perempuan	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1	4	2	3	1	2	3	2	3	
22	Perempuan	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	
25	Perempuan	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	
18	Perempuan	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	
34	Laki-laki	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
23	Laki-laki	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
21	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	Perempuan	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	2	3	4	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3
22	Perempuan	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3
30	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
22	Perempuan	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3
20	Perempuan	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	Perempuan	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	2	1	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3
22	Perempuan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	Laki-laki	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	1	1	3	2	3	4	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3
23	Laki-laki	1	2	2	2	2	2	3	4	3	2	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	2	3	4	4
21	Laki-laki	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	2	3	4	4
21	Laki-laki	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4
22	Laki-laki	4	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	1	2	4	3	3	2	3	3	4	3
20	Laki-laki	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	2	3	3	1	1	3	3	2	3	4	3	2	3
19	Laki-laki	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	2	3	3	1	1	3	3	2	3	4	3	2	3
22	Laki-laki	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	1	3	2	3	4	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
18	Laki-laki	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	3

## LAMPIRAN D OUTPUT SPSS UJI RELIABILITAS

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
perceived usefullnes	90.33	280.575	.870	.951
perceived ease of use	89.80	269.683	.886	.950
attitude toward using	89.73	277.995	.915	.946
behavioral intention	94.60	290.248	.889	.949
actual technology use	91.53	278.395	.866	.952
eksternal variable	93.00	309.379	.821	.957



## LAMPIRAN E OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS

**Correlations**

		atb1	atb2	atb3	atb4	atb5	atb6	attitude toward using
atb1	Pearson Correlation	1	.620**	.727**	.642**	.703**	.745**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
atb2	Pearson Correlation	.620**	1	.686**	.875**	.597**	.783**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
atb3	Pearson Correlation	.727**	.686**	1	.708**	.767**	.819**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
atb4	Pearson Correlation	.642**	.875**	.708**	1	.585**	.740**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
atb5	Pearson Correlation	.703**	.597**	.767**	.585**	1	.705**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
atb6	Pearson Correlation	.745**	.783**	.819**	.740**	.705**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
attitude toward using	Pearson Correlation	.847**	.872**	.899**	.870**	.836**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	actual technology use
b1	Pearson Correlation	1	.464**	.413*	.518**	.749**	.732**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.010	.023	.003	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
b2	Pearson Correlation	.464**	1	.368*	.393*	.577**	.485**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.010		.045	.032	.001	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
b3	Pearson Correlation	.413*	.368*	1	.659**	.365*	.500**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.023	.045		.000	.047	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
b4	Pearson Correlation	.518**	.393*	.659**	1	.420*	.462*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.003	.032	.000		.021	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
b5	Pearson Correlation	.749**	.577**	.365*	.420*	1	.828**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.047	.021		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
b6	Pearson Correlation	.732**	.485**	.500**	.462*	.828**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.005	.010	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
actual technology use	Pearson Correlation	.795**	.687**	.763**	.779**	.801**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		bi1	bi2	bi3	bi4	bi5	behavioral intention
bi1	Pearson Correlation	1	.763**	.615**	.433*	.719**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.017	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
bi2	Pearson Correlation	.763**	1	.742**	.696**	.841**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
bi3	Pearson Correlation	.615**	.742**	1	.832**	.765**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
bi4	Pearson Correlation	.433*	.696**	.832**	1	.799**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
bi5	Pearson Correlation	.719**	.841**	.765**	.799**	1	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
behavioral intention	Pearson Correlation	.802**	.919**	.893**	.853**	.938**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		ev1	ev2	ev3	ev4	ev5	eksternal variable
ev1	Pearson Correlation	1	.387*	.479**	.395*	.194	.669**
	Sig. (2-tailed)		.035	.007	.031	.304	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ev2	Pearson Correlation	.387*	1	.708**	.487**	.564**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.035		.000	.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ev3	Pearson Correlation	.479**	.708**	1	.549**	.718**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ev4	Pearson Correlation	.395*	.487**	.549**	1	.550**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.031	.006	.002		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ev5	Pearson Correlation	.194	.564**	.718**	.550**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.304	.001	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30
eksternal variable	Pearson Correlation	.669**	.797**	.879**	.770**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		peou1	peou2	peou3	peou4	peou5	peou6	perceived ease of use
peou1	Pearson Correlation	1	.863**	.742**	.617**	.798**	.777**	.908**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
peou2	Pearson Correlation	.863**	1	.767**	.642**	.824**	.756**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
peou3	Pearson Correlation	.742**	.767**	1	.732**	.814**	.556**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
peou4	Pearson Correlation	.617**	.642**	.732**	1	.626**	.639**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
peou5	Pearson Correlation	.798**	.824**	.814**	.626**	1	.734**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
peou6	Pearson Correlation	.777**	.756**	.556**	.639**	.734**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
perceived ease of use	Pearson Correlation	.908**	.919**	.882**	.815**	.907**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		pu1	pu2	pu3	pu4	pu5	pu6	perceived usefulness
pu1	Pearson Correlation	1	.790**	.707**	.756**	.702**	.822**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
pu2	Pearson Correlation	.790**	1	.705**	.746**	.733**	.749**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
pu3	Pearson Correlation	.707**	.705**	1	.767**	.548**	.747**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
pu4	Pearson Correlation	.756**	.746**	.767**	1	.602**	.723**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
pu5	Pearson Correlation	.702**	.733**	.548**	.602**	1	.743**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
pu6	Pearson Correlation	.822**	.749**	.747**	.723**	.743**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
perceived usefulness	Pearson Correlation	.905**	.897**	.851**	.879**	.823**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## LAMPIRAN F OUTPUT SPSS UJI KECUKUPAN DATA

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.909
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2484.722
	df	561
	Sig.	.000

## LAMPIRAN G OUTPUT SPSS UJI NORMALITAS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	22.25111836
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.059
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122 <sup>c</sup>

## LAMPIRAN H OUTPUT SPSS UJI MULTIKOLINEARITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.537	1.337		5.636	.000		
eksternal variable	.756	.080	.689	9.402	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: *Perceived Ease of Use*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.678	1.465		3.192	.002		
<i>Perceived Ease of Use</i>	.576	.096	.573	5.987	.000	.526	1.902
eksternal variable	.227	.106	.205	2.146	.034	.526	1.902

a. Dependent Variable: *perceived usefulness*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.963	1.026		1.913	.059		
<i>perceived usefulness</i>	.294	.067	.304	4.359	.000	.489	2.043
<i>Perceived Ease of Use</i>	.616	.068	.634	9.101	.000	.489	2.043

a. Dependent Variable: attitude toward *behavioral*



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.339	1.403		-.242	.809		
<i>perceived usefulness</i>	.135	.098	.142	1.380	.171	.427	2.340
<i>attitude toward behavioral</i>	.630	.101	.638	6.227	.000	.427	2.340

a. Dependent Variable: *behavioral intention*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.507	.985		4.574	.000		
<i>behavioral intention</i>	.881	.064	.810	13.662	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: actual system usage

## LAMPIRAN I OUTPUT SPSS UJI T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.537	1.337		5.636	.000
eksternal variable	.756	.080	.689	9.402	.000

a. Dependent Variable: *Perceived Ease of Use*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.507	.985		4.574	.000
<i>behavioral intention</i>	.881	.064	.810	13.662	.000

a. Dependent Variable: actual system usage

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.678	1.465		3.192	.002
<i>Perceived Ease of Use</i>	.576	.096	.573	5.987	.000
eksternal variable	.227	.106	.205	2.146	.034

a. Dependent Variable: *perceived usefulness*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.963	1.026		1.913	.059
<i>perceived usefulness</i>	.294	.067	.304	4.359	.000
<i>Perceived Ease of Use</i>	.616	.068	.634	9.101	.000

a. Dependent Variable: attitude toward *behavioral*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.339	1.403		-.242	.809
<i>perceived usefulness</i>	.135	.098	.142	1.380	.171
<i>attitude toward behavioral</i>	.630	.101	.638	6.227	.000

a. Dependent Variable: *behavioral intention*

## LAMPIRAN J OUTPUT SPSS UJI F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	479.759	2	239.880	55.295	.000 <sup>b</sup>
	Residual	420.801	97	4.338		
	Total	900.560	99			

a. Dependent Variable: *perceived usefulness*

b. Predictors: (Constant), eksternal variable, *Perceived Ease of Use*

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	648.095	2	324.047	161.944	.000 <sup>b</sup>
	Residual	194.095	97	2.001		
	Total	842.190	99			

a. Dependent Variable: attitude toward *behavioral*

b. Predictors: (Constant), *Perceived Ease of Use*, *perceived usefulness*

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	463.322	2	231.661	62.827	.000 <sup>b</sup>
	Residual	357.668	97	3.687		
	Total	820.990	99			

a. Dependent Variable: *behavioral intention*

b. Predictors: (Constant), *perceived usefulness*, attitude toward *behavioral*